

Technology Arts Sciences TH Köln

Eine Analyse der Nutzungsmotive und des Verwendungsverhaltens der App Tinder, in Wechselwirkung zum Beziehungsleben der User

Masterarbeit

Studiengang Markt- und Medienforschung (M.SC.)

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

vorgelegt von:

Anne-Kathrin Vitt

am 10.12.2018 bei Prof. Dr. Ivonne Preusser

Abstract

Tinder ist eine Dating-App, die weltweit für Aufsehen sorgt und ein Phänomen der heutigen Zeit darstellt. In dieser Untersuchung wird daher ihre psychologische Wirkungsstruktur analysiert und somit die Anziehungskraft der App begründet. Zusätzlich wird der Einfluss der Nutzungsmotive auf das Verwendungsverhalten aufgezeigt und die Wechselwirkung zum Beziehungsleben erläutert.

Für die Studie wurden insgesamt zehn zweistündige psychologische Tiefeninterviews mit fünf Frauen und fünf Männern zwischen 19 und 48 Jahren durchgeführt.

Die Ergebnisse zeigen, dass Tinder ein psychologisches Konstrukt darstellt, das seine Nutzer in einer endlosen Schleife zwischen einer lässigen Kontaktaufnahme, dem kontrollierten bis rauschartigen Ausprobieren und dem unverbindlichen Kontaktausstieg hält. Die User können in Beziehung treten, ohne sich auf ihr Gegenüber einlassen zu müssen.

Des Weiteren wird deutlich, dass die Nutzungsmotive das Verwendungsverhalten zwar beeinflussen, die Einstellung zum Beziehungsleben aber eine langfristig stärkere Wirkung auf die Handlungen besitzt.

Schlagworte

Tinder, Motiv, Verwendung, Profildarstellung, Beziehungsleben

Inhaltsverzeichnis

Abstract	I
Inhalt	II
1. Einleitung	1
2. Theoretischer Rahmen der Studie	3
2.1 Beziehungsleben im Wandel	3
2.1.1 Single-Dasein.....	4
2.1.2 Uneheliche Beziehungen	5
2.1.3 Modell der Ehe.....	6
2.1.4 Familiengründung	7
2.2 Online-Dating	8
2.2.1 Formen des Online-Datings	9
2.2.2 Tinder.....	11
2.2.3 Abgrenzung Online-Dating und Tinder	13
2.3 Motive der Tindernutzung	14
2.3.1 Nutzen- und Belohnungsansatz	15
2.3.2 Selbstbestimmungstheorie	16
2.4 Verwendungsverhalten der App Tinder.....	17
2.4.1 Evolutionstheorien der Partnerwahl.....	19
2.4.2 Soziale Austauschtheorie	22
2.4.3 Halo-Effekt	23
2.4.4 Ökonomische Suchtheorie	24
2.5 Kritik am State of the Art und Entwicklung der Forschungsfrage	25
3. Methodisches Vorgehen im Entwicklungsprozess	27
3.1 Ansatz der psychologischen Morphologie	27
3.1.1 Wirkungs- und Handlungszusammenhänge	28
3.1.2 Psychologie des Alltags	29
3.1.3 Produkte als Lösungsvorschläge.....	30
3.2 Morphologische Arbeitsweise	31
3.2.1 Sechs-Eck.....	32
3.2.2 Formen der morphologischen Arbeitsweise	33
3.2.3 Morphologische Beschreibungen	34
3.2.4 Rolle des Interviewers	35

3.2.5 Repräsentativität	37
4. Umsetzung der Untersuchung.....	39
4.1 Interview-Leitfaden	39
4.2 Stichprobe	41
4.3 Rekrutierung	42
4.4 Dynamik und Ereignisse der Umsetzung	43
4.4 Durchführung der Interviews.....	44
5. Ergebnisanalyse.....	45
5.1 Vereinheitlichende Beschreibung der Interviews	45
5.2 Morphologische Analyse	60
5.2.1 Wirkungsstruktur des Gegenstandes Tinder	60
5.2.2 Einfluss von Motiv, Verwendung und Beziehungsleben.....	63
5.2.3 Zusammenfassung der Ergebnisse	66
6. Fazit der Studie.....	68
6.1 Limitation und Kritik der Arbeit	70
6.2 Ausblick.....	70
Quellenverzeichnis	III
Anhang	IV
Eidesstattliche Erklärung	

1. Einleitung

Tinder ist eine App, die seit ihrer Veröffentlichung 2012 für Aufsehen sorgte (Bosker, 2013). Auf Grund des neuartigen und spielerischen Wischmechanismus erlangte sie schnell an Beliebtheit und konnte so bereits weltweit über 50 Millionen Nutzer für sich gewinnen, die über 20 Milliarden Matches generierten (Filter & Magyar, 2017 & Ward, 2017). Aus dieser rauschartigen Verbreitung der App entstanden Wortneuschöpfungen wie „Tinderella“ oder „Tinderitis“. Das Wort „Tinderella“ schaffte es dabei bis in die Auswahl des Jugendwortes 2015 (Stern, 2015). Aber auch auf Social Media Plattformen sorgte das Phänomen Tinder für Aufruhr. Neben Instagram Pages wie „tindernightmares“ wurden Texte von Schriftstellern wie Michael Nast veröffentlicht und Youtube-Tutorials produziert (Nast, 2015; Diecke, 2018 & Gale, 2018)

Aber worin genau liegt der Reiz dieser App? Das Wort „Tinder“ bedeutet übersetzt „Zunder“ (Leo.org, 2018) und steht somit für den Funken, der beim Dating überspringen und sich in ein Feuer ausbreiten kann. Ist der Name wirklich Programm oder spricht Tinder die Bedürfnisse der heutigen Zeit durch andere Qualitäten an und holt die Menschen mit mehr als seinem Namen ab? Neben der Klärung der Nutzungsmotive soll diese Arbeit aber auch Fragen zum Verwendungsverhalten beantworten. Inwiefern hängen die Motive mit dem Datingverhalten zusammen? Und in welchem Ausmaß besteht eine Wechselwirkung zwischen der Tinder-Verwendung und der Einstellung zu Beziehung, Ehe und Familie?

In bisherigen Studien wurden diese Fragen bisher entweder gar nicht oder nur isoliert voneinander erforscht. Eine Betrachtung und Analyse des Gegenstandes Tinder im Gesamtzusammenhang fehlte bisher. Ziel dieser Arbeit ist deshalb, die Zusammenhänge der Nutzungsmotive und des Verwendungsverhaltens in Wechselwirkung zum Beziehungsleben zu explorieren. Hierbei wird die Wirkungsstruktur der App herausgearbeitet und seine inneren Spannungen wie auch psychologischen Funktionen aufgezeigt.

Die Fragestellung wird mit einer qualitativen Forschungsmethode, der morphologischen Wirkungsforschung, beantwortet. Auf der Basis von zehn psychologischen Tiefeninterviews soll Tinder exploriert werden und anschließend eine Analyse im morphologischen Sechs-Eck stattfinden.

Diese Arbeit beginnt mit einer theoretischen Einführung in das Thema Beziehung. Hierbei werden jegliche Formen des Beziehungslebens vorgestellt und der Wandel dieser Konstrukte erläutert. Darauf aufbauend werden verschiedene Arten des Online-Datings präsentiert. Das Konzept der App Tinder wird dabei zusätzlich gesondert aufgeführt und detailliert beschrieben.

Im Anschluss wird der aktuelle Stand der Forschung bzgl. der Nutzungsmotive und dem Verwendungsverhalten von Tinder dargestellt. Infolgedessen werden Theorien präsentiert, die eine Erklärungsgrundlage für die bisherigen Ergebnisse liefern. Die Forschungsergebnisse werden schließlich kritisch analysiert und die Herleitung der Forschungsfrage dieser Studie, sowie der Methode veranschaulicht.

Nachdem über das theoretische Kapitel ein erster Zugang in die Thematik gefunden werden kann, wird im nachfolgenden Kapitel, dem Methodenteil, der Ansatz der psychologischen Morphologie detailliert beschrieben und ihre Arbeitsweise erläutert. Aufbauend wird die Umsetzung der Untersuchung präsentiert. Dies umfasst Inhalte zur Vorbereitung wie auch zur Durchführung selbst und ihrer Dynamik.

Schließlich werden die Ergebnisse der Studie präsentiert. Nach der Analyse der Interviews wird über die Analyse der Wirkungsstruktur die Wechselwirkung zum Beziehungsleben herausgestellt und die Forschungsfrage beantwortet.

Zum Abschluss werden im Fazit die Studienergebnisse zusammengefasst, die Arbeit kritisch reflektiert und ein Ausblick gegeben.

2. Theoretischer Rahmen der Studie

In diesem Kapitel soll der theoretische Rahmen dieser Arbeit erläutert werden. Zu Beginn wird auf das sich wandelnde Beziehungsleben in Deutschland eingegangen. Hierbei werden unter anderem die Veränderungen der Themen Ehe und Familiengründung detailliert beschrieben. Im weiteren Verlauf werden die verschiedenen Formen des Online-Datings präsentiert und die App Tinder gesondert herausgestellt. Dabei wird die App Tinder von den anderen Arten des Online-Datings abgegrenzt. Folgend werden verschiedene Theorien vorgestellt, die die Motive der Online-Dating-Nutzung erklären. Anschließend werden Erklärungsansätze für das Verwendungsverhalten des Online-Datings erläutert. Zum Abschluss wird ein Resümee zu den in diesem Abschnitt vorgestellten Inhalten gezogen und darüber die Methode dieser Arbeit begründet.

2.1 Beziehungsleben im Wandel

In den letzten Jahrzehnten haben sich die gelebten Ideale der Gesellschaft hinsichtlich des Beziehungslebens deutlich verändert. Familien werden immer später gegründet und bauen immer seltener auf das Konzept der Ehe auf. Das Individuum steht stärker im Fokus, die Geschlechterrollen verwischen und Beziehungen sind höheren Anforderungen unterworfen, die teils nur schwierig zu erfüllen sind (Haring & Höllinger, 2009 & Schneider, 2013). Die Bevölkerung befindet sich an einem Übergang zwischen bekannten, nicht mehr passenden Normen und dem noch nicht greifbarem Neuen (Klöckner, 2016 & Spiewack, 2016).

Auf der einen Seite ist gegenwärtig ein Streben nach dem optimalen Partner und der Akzeptanz von Online-Dating, unehelichen Lebensgemeinschaften und alleinerziehenden Müttern spürbar (Haring & Höllinger, 2009 & Schneider, 2013). Frauen sind heute gebildeter und selbstständiger (Klöckner, 2016). Dazu befürworten immer mehr Männer die Gleichstellung von Mann und Frau in Haushalt, Beziehung und Beruf (Schmidt et al., 2006; Wippermann, 2016 & Mahne et al., 2017). Auf der anderen Seite hält der Großteil der Bevölkerung noch immer an dem Ideal der romantischen, ewig haltenden Liebe fest und schätzt einzelne traditionelle Rollenverteilungen. Frauen wünschen sich weiterhin einen besserverdienenden Mann

und fallen nicht selten nach der Geburt des ersten Kindes zurück in die Hausfrauenrolle (Haring & Höllinger, 2009; Klöckner, 2016 & Spiewack, 2016).

Dieses Spannungsverhältnis zwischen alten und neuen Idealen führt zu Verunsicherung und fehlender Orientierung (Schmidt et al., 2006). Besonders junge Personen befinden sich in immer kürzeren Beziehungsphasen und wiederholten Zeiten des Singlelebens. Zwar wird weiterhin nach der großen Liebe gesucht, eine Beziehung wird aber nur so lange eingegangen, wie sie die eigenen Bedürfnisse erfüllen kann. Hinzu kommt, dass viele Frauen nicht mehr bereit sind, ihre Interessen und Bedürfnisse für ihre Familie zurückzustellen oder Kompromisse einzugehen und sich daher schneller von ihrem Partner trennen. Frauen stellen immer höhere Ansprüche an die Männer, durch die diese sich überfordert fühlen und dabei selbst in eine Identitätskrise geraten. (rheingold Institut, 2015, Klöckner, 2016 & Spiewack, 2016) Während sich Männer im Job selbstsicher behaupten, kippt dieses Rollenverständnis in ihrer Beziehung. Sie wollen der Partnerin gefallen und übergehen dafür häufig ihre eigenen Wünsche (rheingold Institut, 2015).

2.1.1 Single-Leben

Das Single-Leben ist heute eine in jeglichen Altersstufen immer häufiger anzutreffende Lebensform. Personen nahe dem Rentenalter nutzen die Möglichkeit der heute sozial akzeptierten Scheidung und entschließen sich bewusst für ein Leben alleine. Früher fand die Vermählung häufig mit dem ersten Partner statt. Viele nun Geschiedene Mittsechziger genießen daher ihre neu gewonnene Freiheit und probieren sich aus. Besonders Frauen wählen diesen Lebensstil, da sie nicht wieder zurück in die jahrelang auferlegte Ehefrauen-Rolle möchten. Anders sieht es bei den Personen zwischen 40-50 Jahren aus, die sich bereits in ihren jungen Jahren ausprobieren konnten. Nach einer gescheiterten Partnerschaft oder Ehe besteht bei ihnen ein höheres Bedürfnis, sich wieder zu binden (Schmidt et al., 2006).

Die heute etwa 30 Jährigen gehen weitaus später den Bund der Ehe ein, als es ihre Großeltern getan haben. Stattdessen befinden sie sich in einem ständigen Wechsel zwischen Beziehung und Single-Sein, wodurch sie bereits in ihrem Alter mehr Partner an ihrer Seite hatten als die vorhergehenden Generationen in ihrem gesamten

Leben. Diese Beziehungen bestehen allerdings für eine kürzere Zeit als dies noch vor 30 Jahren der Fall war.

Für die junge Generation ist das Single-Leben kein Lebensstil, sondern eine Übergangsphase zur nächsten Beziehung. Die Singlephase selbst hält meist nicht länger als 1-1,5 Jahre an, da die Beziehungsbereitschaft der jungen Generation sehr hoch ist (Schmidt et al., 2006).

2.1.2 Uneheliche Beziehungen

Beziehungen werden heute nicht mehr als aufgabenorientierte Pflichterfüllung aufgefasst, sondern als gleichberechtigte, kommunikative und emotionale Partnerschaft. Der Zusammenhalt der Individuen findet nicht mehr auf einer gemeinsamen ökonomischen Basis statt, sondern auf einvernehmlich erlebter Intimität. Unkonventionelle Beziehungsformen wie Fernbeziehungen, uneheliches Zusammenleben oder kinderlose Paare setzen sich zunehmend durch. Nur noch in wenigen Fällen ergibt sich aus dem Zusammenleben eine Eheschließung (Schmidt et al., 2006 & Schneider, 2013).

Da die gesellschaftlichen Normen schwinden, werden Paare stärker in die Eigenverantwortung gezogen, ihre Beziehung selbstständig zu konstruieren. Dies führt zu gesteigerten Erwartungen an die Partnerschaft und vermehrter Beziehungsarbeit. (Haring & Höllinger, 2009; Klöckner, 2016 & Spiewack, 2016). Die Betitelung der 20-30 Jährigen als die „Generation beziehungsunfähig“ aus dem gleichnamigen Buch von Michael Nast stimmt dementsprechend nicht mit der Wirklichkeit überein. Partnerschaften müssen eine höhere Qualität besitzen und langfristig die eigenen Bedürfnisse erfüllen können. Die gehobenen Anforderungen und die Beziehungsdauer stehen dadurch in einem dauerhaften Wettbewerb miteinander. Wird die gewünschte Beziehungsqualität nicht erfüllt, kommt es zur Trennung. Das Ideal von Monogamie, Treue und einer lebenslangen Beziehung bleibt allerdings weiterhin bestehen (Schmidt et al., 2006; Schneider, 2013 & Nast, 2016).

2.1.3 Modell der Ehe

Die Jahre zwischen 1955 und 1968 können als Blütezeit der Eheschließung betrachtet werden. Die Ehe war die vorherrschende Lebensform und führte zu einem Babyboom von 2,4 Kindern pro Familie. Scheidungen oder uneheliches Zusammenleben waren Randerscheinungen dieses Zeitabschnitts (Schneider, 2013). Die Ehe wurde instrumentalisiert und führte die Partner in ein beidseitiges Abhängigkeitsverhältnis. Während die Frauen sich um Haushalt, Kinder und das Wohl des Mannes kümmerten, waren die Männer erwerbstätig und sorgten für die finanzielle Absicherung der Familie. Die Ehe diente hauptsächlich der Sicherheit und wurde häufig auf Grund der stark wirkenden sozialen Regeln eingegangen (Haring & Höllinger, 2009; Bardill Arn, 2011 & Schneider, 2013). Mit zunehmender Erwerbstätigkeit der Frauen und den sich aufweichenden sozialen Normen konnten sich Ehepartner aus dieser Abhängigkeit lösen. Heute besitzt das Konzept des lebenslangen Bundes daher einen immer geringeren Stellenwert im Beziehungsleben. Verheiratete Paare gehen sie heute daher hauptsächlich aus symbolischen oder rechtlichen Gründen ein. Die Ehe wird nun als eine Partnerschaft der Bedürfniserfüllung und Gleichberechtigung wahrgenommen (Schneider, 2013; Klöckner, 2016 & Spiewack, 2016).

Dennoch scheitert ca. jede 3. Ehe bereits in den ersten vier Jahren. Dazu werden immer häufiger Ehen geschieden, die bereits über 20 Jahre bestehen. Aktuell trennen sich jährlich landesweit ca. 170.000 verheiratete Paare (Schneider, 2013; Spiewack, 2016 & Mahne et al., 2017). Gründe hierfür sind hauptsächlich fehlende gemeinsame Interessen und Kommunikationsprobleme. Diese Trennungsgründe untermauern zusätzlich den Bedeutungswandel der Ehe (Bardill Arn, 2011 & Schneider, 2013).

Das Modell des lebenslangen Bundes wird von Formen des nichtehelichen Zusammenlebens, Patchwork-Familien und Alleinlebenden abgelöst. Männer übernehmen vermehrt Aufgaben im Haushalt und in der Kindererziehung, während immer mehr Frauen einer Erwerbstätigkeit nachgehen. Nur noch 15,4% der Frauen leben in einer Hausfrauenehe. 1996 waren es noch 25,7% (Haring & Höllinger, 2009; Bardill Arn, 2011 & Schneider, 2013).

2.1.4 Familiengründung

Auf Grund der Erwerbstätigkeit der Frau und den erhöhten gesellschaftlichen Anforderungen an die Kindererziehung, sehen viele Frauen das Kinderbekommen nicht mehr als selbstverständlichen Lebensschritt an, sondern als eine zu überdenkende Option. Etwa 70% der heute etwa 20-30 Jährigen wünschen sich Kinder in der Zukunft, möchten damit aber bis nach ihrem 30. Lebensjahr warten. Diese Einstellung führt dazu, dass Frauen auf Grund der verringerten gebärfähigen Zeitspanne immer weniger Kinder zeugen. Aktuell sind es 1,4 Kinder pro Familie. Damit gehört Deutschland zu einem der kinderlosesten Länder der Welt. Besonders gebildete Frauen lehnen das Kinderkriegen zunehmend ab. Bei Männern ist ein umgekehrter Effekt zu beobachten. Aktuell werden die meisten Kinder von verheirateten Paaren geboren, der Anteil der Kinder aus nichtehelichen Beziehungsformen nimmt allerdings stetig zu (Schmidt et al., 2006 & Schneider, 2013).

Ähnlich wie die Ehe hat sich auch das Rollenverständnis der Familie verändert. Gleichzeitig bleiben aber traditionelle Ideologien bestehen, laut denen die Mutter weiterhin als der kompetentere Teil in der Kindererziehung gilt. Männern wird gleichzeitig weiterhin die Rolle des finanziellen Versorgers zugesprochen, der sich aber zunehmend im Haushalt und der Kindererziehung einzubringen hat. Da die gesellschaftlichen Anforderungen an die Kindererziehung steigen, es zu wenige Kindergartenplätze gibt und die Familiengründung mit immensen finanziellen Aufwendungen verbunden ist, schrecken viele Paare vor diesem Schritt zurück. Dazu haben viele Frauen die Sorge, durch die Familiengründung wieder in eine traditionelle Geschlechterrolle gedrückt zu werden, sich ihre berufliche Karriere zu verbauen und dadurch später eine geringere Rente zu erhalten. Zusätzlich besteht die Angst, als schlechte Mutter zu gelten, wenn direkt nach der Geburt des Kindes wieder die volle Berufstätigkeit angestrebt wird (Schneider, 2013; Wippermann, 2016a & Wippermann, 2016b).

Auf Grund der wandelnden Geschlechterrollen sind immer mehr Männer aber dazu bereit, ebenfalls in Elternzeit zu gehen oder ihre Arbeitszeit zu reduzieren. Männer sehen sich somit zunehmend in der Verantwortung sich stärker in das soziale Familienleben zu integrieren und Aufgaben zu übernehmen (Schneider, 2013; Wippermann, 2016a & Wippermann, 2016b).

2.2 Online-Dating

Bereits 1738 erschien in Deutschland die erste Kontaktanzeige in einer Zeitung. Printmedien wurden von da an ein immer beliebter werdendes Medium für die Partnersuche. Mit der Einführung des Internets weitete sich der mediale Partnermarkt auf Online-Plattformen aus. Unter Online-Dating soll die Kontaktaufnahme mit fremden Personen im Internet zur Erreichung einer partnerschaftlichen- oder sexuellen Beziehung verstanden werden. Neben speziellen Websites, die über den Laptop, PC oder Notebook bedient werden können, wurden 2008 die ersten Apps für das Smartphone entwickelt. (Birkner, 2009; Zillmann et al., 2011; Chappetta & Barth, 2016 & Aretz et al, 2017).

In Deutschland gibt es mittlerweile über 2500 Dating-Portale. Die Gebühren betragen dabei je nach Online-Dating-Form zwischen 0-80 Euro monatlich. Die Dating-Plattformen generierten somit 2017 alleine in Deutschland einen Umsatz von knapp 211 Mio. Euro. (Birkner, 2009, Chappetta & Barth, 2016; Aretz et al, 2017; Filter & Magyar, 2017; Prieler & Kohlbacher, 2017; Singlebörsen-Vergleich, 2018 & Statista, 2018).

Die Vorteile des Online-Datings sind die schnelle Kontaktaufnahme, die Suchfilter für eine spezifizierte Auswahl, die hohe Anzahl potenzieller Kontakte und die vielfältigen Möglichkeiten, die eigene Person positiv zu präsentieren. Heutzutage wird es somit stetig zur Normalität, seinen Partner über Partnerbörsen kennenzulernen. In Studien konnte zudem herausgefunden werden, dass online gefundene Partnerschaften durchschnittlich länger bestehen und als qualitativ hochwertiger erlebt werden (Birkner, 2009; Aretz et al, 2017 & Filter & Magyar, 2017).

In vielen Dating-Portalen erfolgt die Registrierung anonym und beginnt mit der Erstellung des Profils. Dieses besteht aus Fotos, personenbezogenen Daten, wie Anzahl der Kinder, Beruf und Alter sowie selbst erstellter Texte zur eigenen Person. Dem Profil kann mit den individuell gestalteten Texten eine persönliche Note gegeben werden. Einige Online-Portale bieten dazu Persönlichkeitsgutachten an, die ebenfalls von anderen Usern einsehbar sind. Die Gestaltung des Profils ist der ausschlaggebende Faktor für den Erfolg auf einem Dating-Portal, da es die Chance auf Kontaktanfragen und somit mögliche Treffen und daraus entstehende Beziehungen maßgeblich beeinflusst. Online-Plattformen können daher als eine

Form der Selbstvermarktung betrachtet werden (Birkner, 2009; Guadagno et al., 2011; Zillmann et al., 2011; Chappetta & Barth, 2016 & Filter & Magyar, 2017).

Auf Basis des ausgefüllten Persönlichkeitsfragebogens oder der Filtereinstellungen werden dem Suchenden passende Vorschläge präsentiert. Er kann sich die Profile der User ansehen und aufbauend auf den darin enthaltenen Informationen eine Entscheidung für oder gegen die Kontaktaufnahme treffen. Einen besonders großen Einfluss bei der Auswahl der potenziellen Partner spielen die Profilfotos. Sie bestimmen zu einem großen Teil die wahrgenommene Gesamtattraktivität der Person und beeinflussen somit die Kontaktwahrscheinlichkeit. Die Informationen über eine Person sind sehr selektiv und asynchron präsentiert, aber stellen zunächst die einzige Informationsquelle über den User dar. Dadurch bleibt bis zu einem echten Treffen eine gewisse Unsicherheit über die Echtheit der Person hinter dem Profil bestehen. Man kann daher von einer Informationsasymmetrie zwischen zwei Usern sprechen. Jede Person gibt demnach nur die Informationen über sich preis, die er dem anderen zeigen möchte. Negative physische oder charakteristische Merkmale können verschwiegen und bearbeitete oder alte Fotos präsentiert werden. Besteht trotz dieser Unsicherheiten Interesse an einer Person, kann diese via Portal internem Mailsystem angeschrieben werden. Damit ein Austausch zwischen zwei Usern zu Stande kommen kann, müssen beide dem jeweils anderen User einen Vertrauensvorschuss gewähren. Besonders Männer nehmen auf Partnerbörsen eine aktive Rolle ein und wagen den ersten Schritt der Kontaktabahnung. Um die Chance für ein späteres erfolgreiches Offline-Date zu erhöhen, darf die Diskrepanz zwischen dem Online-Profil und der Offline-Person nur sehr gering sein, sodass das bereits aufgebaute Vertrauen nicht zerstört wird (Birkner, 2009; Toma & Hancock, 2010; Guadagno et al., 2011; Zillmann et al., 2011; Chappetta & Barth, 2016; Filter & Magyar, 2017 & Prieler & Kohlbacher, 2017).

2.2.1 Formen des Online-Datings

Online-Dating-Portale gibt es in verschiedenen Formen. Sie unterscheiden sich hinsichtlich Nutzungsmotivation, Portal-System, Kosten und Zielgruppe. Es wird zwischen den Dating-Formen Kontaktanzeige, Adult-Dating, Social-Dating,

Partnervermittlung, sowie Nischenanbieter differenziert (Albrecht et al. 2011 & Aretz et al, 2017).

Es gibt spezielle Websites, auf denen Personen Kontaktanzeigen zu ihrer Person erstellen können. Andere User können mit Hilfe von Filtern nach potenziellen Partnern suchen und diese Nutzer nach eigenem Ermessen kontaktieren. Häufig suchen Kontaktanzeigen-Nutzer Beziehungen. Es gibt aber auch viele weitere Motive der Nutzung. Zu Börsen dieser Art gehören bspw. LoveScout24, Neu.de oder finya (Albrecht et al. 2011 & Aretz et al, 2017).

Unter Adult-Dating versteht sich die primäre Suche nach sexuellen Kontakten. Nach der schnellen Erstellung des Profils können Nutzer sich gegenseitig kontaktieren und sich online wie offline über ihre Vorlieben austauschen. Zu Adult-Dating-Portalen gehören z.B. C-Date, PlanetRomeo, fremdgehen69 und MyDirtyMobile (Albrecht et al. 2011 & Aretz et al, 2017).

Social-Dating ist meist kostenlos und wird via App über das Smartphone ausgeführt. Durch das im Handy vorhandene GPS-Signal können Personen, die sich nah beieinander befinden, kontaktieren und sich spontan verabreden. Die Registrierung und Profilerstellung dauern meist nur wenige Minuten, da die Informationen von sozialen Netzwerk-Accounts wie Facebook übertragen werden. Die Motive der Nutzung sind vielfältiger Art. Zu Diensten wie diesen gehören Lovoo, Badoo und Tinder (Albrecht et al. 2011, Aretz et al, 2017 & Filter & Magyar, 2017).

Die Partnervermittlung basiert auf dem Prinzip, Nutzern aktiv Vorschläge passender Personen zu geben. Dafür müssen diese vorher detaillierte Persönlichkeitstests durchführen, die als Grundlage dienen. Der Großteil der User, der diese Art des Online-Datings nutzt, möchte eine ernsthafte Beziehung finden. Die Kosten für Partnervermittlungen belaufen sich auf etwa 25-80 Euro monatlich. Zu den bekanntesten Partnervermittlungen gehören Parship, eDarling oder ElitePartner (Albrecht et al. 2011; Aretz et al, 2017; Parship, 2018 & Singlebörsen-Vergleich, 2018).

Eine weitere Form des Online-Datings ist der Nischenanbieter. Dieser spezialisiert sich auf bestimmte Zielgruppen, wie bspw. Religionsgruppen, Übergewichtige oder Personen mit körperlichen Beeinträchtigungen. Hierzu lassen sich Portale wie Handicap-Love, 50plus-Treff oder Christian Mingle zählen (Albrecht et al. 2011; Aretz et al, 2017 & Baurmann, 2018).

2.2.2 Tinder

Tinder ist eine US-amerikanische, kostenlose Dating-App, die von Sean Rad, Jonathan Badeen, Justin Mateen, Joe Munoz, Dinesh Moorjani und Whitney Wolfe entwickelt wurde (Smith, 2018). Zuerst kursierte sie nur auf US-amerikanischen Campussen und wurde schließlich im Oktober 2012 offiziell veröffentlicht (Bosker, 2013). Die App gewann schnell an Beliebtheit und ist heute besonders durch seinen Wischmechanismus bekannt (Filter & Magyar, 2017). Als erste Datingapp, die nur auf dem Smartphone anwendbar ist, findet sie besonders bei der jüngeren Generation und den Mobile Onlys Anklang. Sie ist überall anwendbar, ist einfach zu bedienen und bietet kaum Möglichkeiten, aktiv abgewiesen zu werden (Sumter, et al., 2016 & Dogtiev, 2018). Tinder konnte mit diesem Konzept mittlerweile über 50 Millionen User in 196 Ländern für sich begeistern und ist die zweitmeist gedownloadete, kostenlose App weltweit (Ward, 2017 & Griffin et al., 2018).

Die Anmeldung lässt sich sehr schnell umsetzen. Für die Profilerstellung genügen zwischen 1-6 Fotos und ein optionaler Kurztext von maximal 500 Zeichen. Die Reihenfolge der Fotos kann selbst bestimmt werden. Das an erste Stelle gesetzte Foto ist das, welches die anderen User beim Wischen zuerst sehen. Optional können im Profil der Beruf und das Unternehmen, bzw. der Name der Universität angegeben werden. Des Weiteren können ein Lied über eine Spotify-Verknüpfung hinzugefügt und ein Link zum Instagram-Profil eingestellt werden. Informationen zum Charakter können im Freitextfeld gegeben werden. Dies ist aber optional (Tinder, 2018).

Die Informationen, die man von sich veröffentlicht, aber auch über andere User erhält, sind dementsprechend begrenzt auf Oberflächliches. Je mehr Informationen eine Person über sich einstellt, desto höher sind allerdings ihre Chancen auf einen Match. Für die Auswahl der User besitzt Tinder nur eine geringe Bandbreite an Filtermöglichkeiten. Diese beschränken sich auf das gesuchte Geschlecht (Männer/Frauen), die Altersspanne (18-55+) und den Suchumkreis (max. 160km) (Tyson et al., 2016; Filter & Magyar, 2017 & Ward, 2017).

Durch das GPS-System im Handy werden nur App-User angezeigt, die sich in dem gesetzten Radius befinden und den anderen Filtereinstellungen entsprechen. Jeder potenzielle Kontakt wird einzeln eingeblendet und mit seinem Foto, Vorname, sowie Alter präsentiert. Um weitere Fotos ansehen zu können, genügt ein Klick auf das Bild. Möchte man weitere Informationen zur Person erhalten, kann man auf den

Informationsbutton „I“ klicken, der sich unten rechts auf dem Foto befindet. Dadurch gelangt man auf das Profil der Person (Tyson et al., 2016; Filter & Magyar, 2017 & Tinder, 2018).

Links unten neben dem Foto befindet ein Button mit einem X, rechts einer mit einem Herz. Gefällt einem der andere User, wischt man das Profil nach rechts, bzw. drückt den Button mit dem Herz. Gefällt einem der User nicht, wischt man das Profil nach links oder drückt den Kreuz-Button. Erst nachdem man sich entschieden hat, wird einem das nächste Profil angezeigt. Gefallen sich zwei User und wischen das Profil des anderen dementsprechend nach rechts oder drücken den Herz-Button, erhalten sie eine Nachricht, dass sie einen Match haben. Erst jetzt besteht die Möglichkeit miteinander über den Chat der App in direkten Kontakt zu treten (Tyson et al., 2016; Filter & Magyar, 2017; Lopes & Vogel, 2017 & Ward, 2017).

Neuere Funktionen auf Tinder sind der Super-Like sowie die gebührenpflichtigen Abonnements Tinder-Boost, Tinder-Plus und Tinder-Gold. Der Super-Like kann nur einmal am Tag vergeben werden und spiegelt das besonders hohe Interesse an einer Person wieder. Tinder-Boost ist eine kostenpflichtige Zusatzoption, mit der das eigene Profil eine höhere Reichweite erhalten soll, indem es häufiger und bevorzugt angezeigt wird. Tinder-Plus und Tinder-Gold sind sehr ähnliche Abonnements. Beide bieten Werbefreiheit, die Versetzung des Standortes an jegliche Orte der Welt, die Möglichkeit nur bestimmte Informationen des Profils zu teilen, bzw. das Profil für bestimmte Personen nicht anzuzeigen, fünf Super-Likes täglich, das Zurücknehmen eines in die falsche Richtung gewischten Profils, vereinzelte Boosts und unbegrenzte Likes. Tinder-Gold besitzt zwei Zusatzfunktionen, durch die einem die Topprofile des Tages und die bereits interessierten Personen angezeigt werden. Die Kosten für Tinder-Boost, Tinder-Plus und Tinder-Gold belaufen sich auf 2,70 Euro pro 10 Stück, bzw. 4,59 Euro und 7,09 Euro monatlich bei einer Vertragslaufzeit von 12 Monaten (Tinder, 2018).

Seit der Einführung der App gab es über 20 Milliarden Matches. Von den ca. 50 Millionen Usern sind etwa 10 Millionen täglich weltweit aktiv und wischen 1,6 Milliarden Profile nach rechts und links (Sumter et al., 2016; Ward, 2017 & Smith, 2018).

Der typische User öffnet die App durchschnittlich elf Mal täglich und verbringt jedes Mal zwischen 7,2 min (Männer) und 8,5 min (Frauen) mit dem Wischen. Männer wischen durchschnittlich 46% der User nach rechts, Frauen hingegen nur 14%. Die

höchste Matchquote liegt zwischen 17-20 Uhr. Männer schreiben Frauen meist in den ersten fünf Minuten nach einem Match an, während Frauen mehr Zeit zwischen Match und Kontaktaufnahme vergehen lassen. Sie schreiben dafür deutlich längere Texte als die männlichen Nutzer. Insgesamt verbringen sie so für das Auswählen der User und das Schreiben von Nachrichten an Matches etwa 1 1/2h täglich mit der App. Hinzu kommen die Stunden der ca. 1,5 Millionen Tinder-Dates, die jede Woche stattfinden (Bilton, 2014; Tyson et al., 2016 & Smith, 2018).

Das Verhältnis zwischen Männern und Frauen liegt bei 62% Männern und 38% Frauen. Diese Geschlechterverteilung führt unter anderem dazu, dass Frauen mehr Matches erhalten als Männer und dafür weniger Männer liken müssen. 80% der User sind zwischen 16-34 Jahren alt und somit gegenüber üblichen Dating-Portalen weitaus jünger. Knapp $\frac{3}{4}$ der Tinder-User nutzen allerdings auch andere Online-Dating-Angebote. Zu dem Beziehungsstatus der User gibt es weit auseinanderklaffende Ergebnisse. Der Anteil der vergebenen User variiert hier je nach Studie zwischen 2% und 43% (Mander, 2015; McGrath, 2015 und Tyson et al., 2016).

2.2.3 Abgrenzung Online-Dating und Tinder

Die App Tinder gehört zur Form des Social-Datings. Sie besitzt Überschneidungen mit anderen Dating-Formen, aber auch eine Reihe entscheidender Unterschiede.

Eine wichtige Gemeinsamkeit stellt die Möglichkeit der Kontaktknüpfung zwischen zwei sich vorher unbekannten Personen dar. Mit Hilfe von Dating-Plattformen beginnen Beziehungen, die im normalen Leben möglicherweise nicht entstanden wären. Die Online-Dating-Plattform kann dabei als Mediator der Kontaktaufnahme verstanden werden (Filter und Magyar 2017).

Unterschiede bestehen hinsichtlich des genutzten Mediums, der Portaloberfläche, des Verwendungsverhaltens und der Nutzungsmotive.

Online-Portale können meist nur auf einem Laptop oder PC verwendet werden, was zu einer bewussteren Nutzung führt. Tinder gibt es ausschließlich als App und kann somit in jeder Situation geöffnet und verwendet werden. Dadurch steigt die Schnelligkeit der Interaktionen zwischen den Usern. Beim Online-Dating erfolgt der Kontaktaustausch vergleichsweise langsam (Filter und Magyar 2017).

Durch die geringen Filtermöglichkeiten spielt bei Tinder die Nähe zwischen zwei Usern eine entscheidendere Rolle. Beim klassischen Online-Dating entscheiden hingegen, auf Grund der vielen Auswahlwerkzeuge und Persönlichkeitstests, Attribute wie die Größe, Beruf oder Charakter die Kontaktaufnahme. Anlässlich der geografischen Nähe zwischen den Tinder-Nutzern finden Treffen zwischen ihnen häufig bereits binnen weniger Tage und Wochen statt. Beim Online-Dating vergehen hingegen oft mehrere Wochen und Monate, bis ein Date realisiert wird (Tyson et al, 2016; Filter und Magyar 2017 & Ward, 2017).

Bei klassischen Online-Dating-Portalen steht eindeutig das Finden eines festen Partners oder sexueller Kontakte im Vordergrund (David und Cambre, 2016). Tinder hat hingegen einen spielerischen Unterhaltungscharakter und bedient eine Vielzahl von Motiven (siehe Abschnitt 2.3) (Timmermans & De Caluwé 2017 & Ward 2017). Die App spricht damit eine jüngere Zielgruppe an. Besonders der Altersdurchschnitt von Frauen ist auf Tinder deutlich niedriger als der auf anderen Dating-Portalen (Tyson et al., 2016).

2.3 Motive der Tinder-Nutzung

In diesem Kapitel sollen zwei verschiedene theoretische Perspektiven dargestellt werden, die mit der Motivation für die Tinder-Nutzung in Verbindung stehen. Dies sind der Nutzen- und Belohnungsansatz sowie die Selbstbestimmungstheorie.

Verschiedene Studien zur App Tinder konnten bereits Motive analysieren, die das Nutzungsverhalten erklären. Hierzu zählen die Motive Selbstbestätigung, unkomplizierter Sex, Gesellschaft, Entertainment, Vergessen des Ex-Partners, Partnersuche, Einfachheit der Kontaktaufnahme, Zugehörigkeit, Gruppendruck, Spannung, Ablenkung, Entspannung, Neugier und Suche sozialer Kontakte (Ligtenberg, 2015; Sumter et al., 2016; Timmermans & De Caluwé, 2017 & Griffin et al., 2018).

Zwischen Männern und Frauen wurden besonders hinsichtlich der Motive Partnersuche, unkomplizierter Sex, Einfachheit der Kontaktaufnahme und Suche nach sozialen Kontakten Unterschiede deutlich. Während Männer verstärkt das Bedürfnis nach einer einfachen Kontaktaufnahme und unverbindlichen One-Night-Stands besitzen, erhoffen Frauen sich eher das Finden eines festen Partners oder

neuer sozialer Kontakte. Diese Unterschiede führen teilweise dazu, dass Frauen sich auf Tinder nicht wohl fühlen und die Nutzung abbrechen (Sumter et al., 2016; Tyson et al., 2016; Lopes & Vogel, 2017 & Griffin et al., 2018).

Der folgende Abschnitt soll nun zwei mögliche Erklärungsansätze für die gefundenen Motive liefern.

2.3.1 Nutzen- und Belohnungsansatz

Der Nutzen- und Belohnungsansatz ist eine Theorie aus der Medienforschung, die 1959 von Elihu Katz entwickelt wurde. Mit Hilfe des Ansatzes werden die Motive für die Mediennutzung erforscht. Er gehört zu den ersten Ansätzen, in dem der Mediennutzer in den Mittelpunkt gestellt wird und ihm eine aktive Rolle in der Interaktion mit dem Medium zukommt (Katz & Foulkes, 1962; Maletzke, 1998; Sundar & Limperos, 2013; Ligtenberg, 2015 & Timmermans & De Caluwé, 2017).

Laut des Nutzen- und Belohnungsansatzes haben Menschen soziale und psychische Bedürfnisse, die sie durch die Mediennutzung erfüllen möchten. Diese Bedürfnisse bestehen bereits vor der Nutzung des Mediums. Abhängig von der Persönlichkeit und der aktuellen Situation einer Person wird sich für ein oder mehrere bestimmte Medien und Verwendungsarten entschieden. Mit der Auswahl gehen individuelle Erwartungen einher, die das Medium in unterschiedlichem Umfang erfüllen kann (Katz & Foulkes, 1962; Maletzke, 1998; Six et al., 2007; Ligtenberg, 2015; Sumter et al., 2016 & Timmermans & De Caluwé, 2017).

Die Verwendung neuer Medien kann als Zusammenspiel zwischen bereits bestehenden, unerfüllten Bedürfnissen und der erstmaligen Bedürfniserfüllung verstanden werden. Eigenschaften, wie die Mobilität durch Smartphones oder die Möglichkeit der sozialen Vernetzung, schaffen bisher unbekannte Verhaltensweisen (Shao, 2009 & Sundar & Limperos, 2013).

Die vier Hauptmotive der Medienverwendung sind Unterhaltung, Informationsfindung, soziale Interaktion und Identitätsentwicklung. Diese Motive können in weitere Sub-Motive zergliedert werden, die zum Alleinstellungsmerkmal einer bestimmten Medienverwendung werden können (Shao, 2009; Ligtenberg, 2015 & Timmermans & De Caluwé, 2017).

Werden die Erwartungen und Bedürfnisse durch ein Medium, wie bspw. durch Tinder befriedigt, wird die Nutzung fortgeführt. Die Verwendung selbst löst weitere Bedürfnisse aus, die zur wiederholten Mediennutzung beitragen. Das Motiv, das zur langfristigen Nutzung führt, muss dementsprechend nicht dem Motiv der anfänglichen Nutzung entsprechen (Katz & Foulkes, 1962; Maletzke, 1998; Six et al., 2007; Ligtenberg, 2015 & Sumter et al., 2016).

2.3.2 Selbstbestimmungstheorie

Die Selbstbestimmungstheorie ist eine Motivationstheorie von Edward Deci und Richard Ryan, in der die Motivation sowohl in Bezug auf ihre Stärke, wie auch ihre Beweggründe analysiert wird. Als motiviert gilt eine Person demnach, wenn sie mit ihrer Handlung ein spezifisches Ziel verfolgt, das in der Zukunft liegt. Die Theorie besagt, dass die Handlungsmotivation von dem Bedürfnis nach sozialer Zugehörigkeit, Kompetenz und Autonomie abhängig ist (Deci & Ryan, 1993; Deci & Ryan, 2000; Krapp & Ryan, 2002 & Ryan et al., 2009).

Unter sozialer Eingebundenheit wird die eigene Bedeutung für das soziale Umfeld verstanden. Das Bedürfnis nach Kompetenz meint die Fähigkeit, auf sich selbst sowie auf andere Menschen einen Einfluss zu besitzen und dadurch das Resultat einer Handlung kontrollieren zu können. Autonomie bedeutet in diesem Kontext, dass eine Person ihr Handeln in Übereinstimmung mit ihren Werten erlebt. Bestimmtes Verhalten dient demnach der Erreichung dieser Grundbedürfnisse. In Abhängigkeit vom individuellen, sozialen und kulturellen Umfeld können die Bedürfnisse in unterschiedlichem Maße erfüllt werden. Sie stehen im engen Zusammenhang mit intrinsischen und extrinsischen Motivationen (Deci & Ryan, 1993; Deci & Ryan, 2000; Bles et al., 2002; Krapp & Ryan, 2002 & Ryan et al., 2009).

Intrinsisch motivierte Handlungen werden ausgeführt, da sie den eigenen Fähigkeiten und Interessen entsprechen und das Verhalten mit den eigenen Werten übereinstimmt. Die Konsequenz einer Handlung ist nicht entscheidend für ihre Ausführung. Für intrinsisches Verhalten sind besonders die Bedürfnisse nach Autonomie und Kompetenz entscheidend. Die extrinsische Motivation hat hingegen eine instrumentelle Intention, wobei das Endergebnis als das zu verfolgende Ziel

wahrgenommen wird. Meist benötigt es einer Aufforderung, durch die zur Handlung motiviert wird (Deci & Ryan, 1993; Deci & Ryan, 2000; Bles et al., 2002 & Krapp & Ryan, 2002).

Die extrinsische Motivation wird wiederum in vier Arten untergliedert, die sich hinsichtlich ihres Selbstbestimmungsgrades unterscheiden. Das menschliche Bedürfnis nach sozialer Zugehörigkeit spielt hier eine entscheidende Rolle, da es zur Befolgung externer, gesellschaftlich anerkannter Regeln führt. Negative Verhaltensweisen führen bspw. zu schlechtem Gewissen oder Scham. Die vier Motivationsformen sind die durch Strafe oder Belohnung motivierte externale Regulation, die durch Normen bzw. sozialen Druck vorgegebene, aber akzeptierte introjezierte Regulation, die durch die Übereinstimmung mit den Normen motivierte identifizierte Regulation sowie die aus eigener Überzeugung selbst vorgenommene integrierte Regulation. Besonders die integrierte Regulation wird ähnlich wie die intrinsische Motivation als besonders selbstbestimmend erlebt (Deci & Ryan, 1993; Deci & Ryan, 2000 & Krapp & Ryan, 2002).

Einst external motivierte Verhaltensweisen können sich über die Zeit in das individuelle Norm- und Verhaltenssystem einer Person integrieren. Durch diese Werteintegration fühlt sich das Individuum stärker mit seiner sozialen Umgebung verbunden und bekommt gleichzeitig das Gefühl, selbstbestimmt zu handeln. Die Verhaltensqualität und das Wohlbefinden hängen dementsprechend von der Motivationsart und der erfahrenen Autonomie ab (Deci & Ryan, 1993 & Krapp & Ryan, 2002).

2.4 Verwendungsverhalten der App Tinder

Die Selbstdarstellung und das Auswahlverhalten auf Dating-Plattformen wie Tinder sind eng miteinander verknüpft. Entsprechend der eigenen Anforderungen an die User, die das Auswahlverhalten beeinflussen, wird das persönliche Profil so gestaltet, dass es wiederum den Ansprüchen der favorisierten Nutzer entspricht (Toma & Hancock, 2010). Da sich das Auswahlverhalten und die Selbstdarstellung gegenseitig bedingen und nicht eindeutig voneinander trennbar sind, sollen sie gemeinsam in diesem Kapitel unter dem Begriff *Verwendungsverhalten* behandelt werden.

In verschiedenen Studien konnte aufgezeigt werden, dass Personen beim Online-Dating individuelle Mindestanforderungen besitzen, die der andere User erfüllen muss, bevor es zur Kontaktaufnahme kommt (Geser, 2007).

Gleichzeitig stellen die persönlichen Qualitäten den eigenen Marktwert dar, der wiederum bestimmt, ob andere Nutzer die eigene Person als ausreichend empfinden. Die eigenen Ressourcen legen somit wiederum die Position fest, aus der Entscheidungen über Interaktionen getroffen werden können. Es werden Partner ausgewählt, die subjektiv mit ähnlich wertvollen Ressourcen ausgestattet sind, da somit der höchste Nutzen aus dem Austausch gezogen werden kann. Liebesbeziehungen beginnen häufig auf Grund extrinsischer Motivatoren und entwickeln sich mit der Zeit zu intrinsisch motivierten Zusammenschließungen, soweit der Nutzen der Beziehung als eng verbunden mit der jeweiligen Person erlebt wird (Hill & Kopp, 2008; Skopek, 2012 & Zillmann et al., 2011).

Dabei suchen Frauen bevorzugt Männer mit einem höheren Bildungsniveau und hohem Vermögen, während Männer ein junges Alter und körperliche Attraktivität stärker gewichten. Dazu werden vermehrt Partner gewählt, die der eigenen Person hinsichtlich der Hautfarbe, Alter, Werten, usw. ähneln (Schulz et al. 2010).

Weitere Studien (Toma & Hancock, 2010; Zillmann et al.; 2011; Filter & Magyar, 2017, Chappetta & Barth, 2016, Lo et al.; 2013) zeigten, dass Frauen daher besonders stark ihr junges Alter und ihr attraktives Äußeres betonen. Männer verdeutlichen hingegen verstärkt ihren Status, Einkommen, Bildung und Größe. Die Erhöhung der Gesamtattraktivität einer Person führt dabei zur Überbewertung weiterer Merkmale wie bspw. des Selbstbewusstseins. Beim Online-Dating werden zu diesen positiv wahrgenommenen Faktoren daher häufig falsche Angaben gemacht. Die Manipulation von Fotos wird dabei umso wahrscheinlicher, je unattraktiver eine Person ist.

Lo et al. (2013) konnte des Weiteren belegen, dass attraktive Profile als unauthentisch bewertet werden. Durch eine hohe Gesamtattraktivität auf Online-Dating-Plattformen, die nicht direkt offline verifiziert werden kann, stellt sich Misstrauen über die Echtheit ein. Dennoch führt das Sehen des attraktiven Users dazu, dass in der eigenen Profil-Selbstdarstellung eine höhere Attraktivität vorgetäuscht wird, um so die eigenen Chancen bei diesem Nutzer zu erhöhen. Dies zeigt, dass trotz der vermuteten Unglaubwürdigkeit des Users, ein Interesse an der dennoch potenziell attraktiven Person besteht.

In Studien zur App Tinder konnten weitere Phänomene entdeckt werden. Zum einen fotografieren sich Frauen bevorzugt von oben, um so niedlicher und kleiner zu wirken, während Männer Fotos vermehrt von unten schießen, um somit ihre Dominanz und Maskulinität zu unterstreichen (Sedgewick et al., 2017). Zum anderen werden die Fotos so ausgesucht, dass sie neben dem möglichst attraktiven Äußeren auch implizit Charaktereigenschaften zum Vorschein bringen. Dies soll dazu führen, dass als passend erlebte Nutzer auf das Profil aufmerksam werden (Ward, 2016 & 2017). Dieses Unterkapitel soll nun verschiedene Theorien erläutern, die das Verwendungsverhalten auf Dating-Plattformen erklären. Zuerst werden verschiedene evolutionäre Theorien zur Partnerwahl vorgestellt. Aufbauend darauf wird die Austauschtheorie, sowie der Halo-Effekt erläutert. Abschließend wird auf die ökonomische Suchtheorie eingegangen.

2.4.1 Evolutionstheorien der Partnerwahl

Es gibt eine Vielzahl evolutionärer Theorien zur Partnerwahl. In diesen Theorien werden die im Menschen verankerten Anforderungen und Strategien beschrieben, die unsere Vorlieben und Verhalten bestimmen.

Hierunter fällt unter anderen die Sexual Strategies Theory von Buss und Schmitt, nach der die Auswahl des Partners in Abhängigkeit von evolutionär vorgegebenen Vorlieben wie auch dem Kontext vorgenommen wird. Demnach besitzen Männer wie auch Frauen unbewusste Strategien der Partnerwahl, die wiederum durch die unterschiedlichen Ziele einer lang- oder kurzfristigen Partnerschaft beeinflusst werden (Buss & Schmitt, 1993; Gangestad & Simpson, 2000 & Klopp, o. J.).

Die Sexual Strategies Theory besagt, dass Frauen grundsätzlich höhere Ansprüche an potenzielle Partner stellen, da sie sich auf Grund der höheren Investitionen in den Nachwuchs stärker in die Beziehung einbringen und somit ein höheres Risiko tragen. Frauen wählen dementsprechend einen Partner aus, der eine zukünftige Familie langfristig beschützen und versorgen kann. Merkmale dafür sind ein sportlicher Körper, ein hoher sozialer und beruflicher Status, Besitz, sowie ein höheres Alter (Buss & Schmitt, 1993, Gangestad & Simpson, 2000; Aronson et al., 2008; Toma & Hancock, 2010 & Klopp, o. J.).

Männer achten hingegen verstärkt auf ein attraktives äußeres Erscheinungsbild, da dies Hinweise auf die Fruchtbarkeit und Gebärfähigkeit einer Frau gibt. Zu diesen Hinweisen zählen der Körperbau, glatte Haut und Fettverteilung, aber auch aktives Verhalten (Gangestad & Simpson, 2000).

Diese Auswahlmechanismen sind allerdings auf dem Hintergrund der Motive zu betrachten. Hierbei unterscheiden sich kurzfristige- und langfristige Partnerschaftsziele, die wiederum unterschiedliche Vorlieben aktivieren und zu unterschiedlichen Herausforderungen und Anpassungsproblemen führen. Männer gehen bevorzugt kurzzeitige Beziehungen ein, da dies ihre Möglichkeit für die Fortpflanzung erhöht. Frauen präferieren hingegen langfristige Bindungen, da der sexuelle Kontakt für sie langfristig relevante Folgen durch das Aufziehen des Nachwuchses mit sich bringt. Ein dauerhaft anwesender Mann erhöht die Sicherheit und die Versorgung während der Schwangerschaft und während der Kinderbetreuung (Buss & Schmitt, 1993, Gangestad & Simpson, 2000; Buss, 2012 & Klopp, o. J.).

Unter Anpassungsproblemen werden bspw. die Identifikation von sexuell verfügbaren Personen, guter Genqualität, Fruchtbarkeit, elterlicher Fähigkeiten oder die Verringerung von Risiken und Bindung verstanden. Diese Anpassungsprobleme sind für Männer und Frauen unterschiedlich, da sie auf Grund evolutionärer Hintergründe in unterschiedlichem Maße langfristig in die Fortpflanzung investieren und dementsprechend unterschiedliche Fokusse besitzen. Die Partner werden daher mit Hilfe kontextabhängiger und unbewusster Strategien angelockt und ausgewählt (Buss & Schmitt, 1993; Buss, 2012 & Klopp, o. J.).

Sind Männer auf der Suche nach vielen kurzfristigen Bekanntschaften, wählen sie sich Frauen aus, die ebenfalls nach kurzfristigen Beziehungen suchen, schnell sexuell verfügbar, erfahren und attraktiv sind. Wird hingegen nach einer langfristigen Partnerin gesucht, werden treue, jung aussehende, sexuell weniger aktive Frauen bevorzugt. Frauen legen bei kurzfristigen Beziehungen besonders hohen Wert auf Großzügigkeit, maskulines, athletisches Aussehen und das Potenzial für eine langfristige Partnerschaft. Für eine langfristige Beziehung werden Männer mit hoher Bildung, körperlicher Fitness und Vermögen präferiert oder dem Besitz von Charaktereigenschaften wie Ehrgeiz und Intelligenz, die zukünftiges Vermögen wahrscheinlich machen. Dazu sind Frauen gemeinsame Interessen und Ähnlichkeiten wichtig, da sie eine langfristige Stabilität der Beziehung sichern (Buss & Schmitt, 1993; Gangestad & Simpson, 2000; Buss, 2012 & Klopp, o. J.).

Hier schließt die Partnerwerttheorie der Attraktivität von Henss an, nach der der individuelle Reproduktionserfolg von der Wahl des Partners mitbestimmt wird. Über Jahrtausende haben sich die psychischen Mechanismen durchgesetzt, die es Menschen heute ermöglichen, Individuen mit hohem Fortpflanzungserfolg zu erkennen und als attraktiv zu empfinden. Jeder potenzielle Partner hat unterschiedliche fortpflanzungsrelevante Merkmale, die unbewusst mit in die Entscheidung für oder gegen ihn hineinspielen. Diese Merkmale dienen als Indiz für seine psychologischen, wie auch biologischen Qualitäten. Hierzu zählen unter anderem die Fähigkeit der Fortpflanzung, Genetik und elterliches Investment (Klopp, o. J.).

Eine weitere evolutionäre Theorie ist das Handicap-Prinzip. Nach ihm besitzen Menschen verschieden ausgeprägte Indikatoren, die ihren Reproduktionserfolg mitbestimmen. Deren Ausbildung ist auf individuelle Ressourcen zurückzuführen. Hierzu zählen bspw. der Hormonhaushalt oder das Immunsystem. Personen mit einem geringen Ressourcenlevel können diese Indikatoren nicht oder nur gering ausgeprägt vorweisen und werden dementsprechend weniger bei der Partnerwahl präferiert. Die Indikatoren können dementsprechend gleichzeitig als ein Handicap wahrgenommen werden. Bei Frauen kann der Östrogen-Spiegel als ein Indikator verstanden werden, da er die Fruchtbarkeit und die Entwicklung der Gesichtsform und Fettverteilung am Körper mitbestimmt. Eine symmetrische Gesichtsform und eine optimale Fettverteilung sind Hinweise darauf, dass der Körper äußeren Einflüssen standhalten kann und somit den Fortpflanzungserfolg erhöht (Zahavi, 1975; Barber, 1995; Gangestad & Simpson, 2000 & Klopp, o. J.).

Zuletzt soll die Theorie der Homogamie von Buss und Barnes (1986) genannt werden. Sie besagt, dass Menschen sich bevorzugt einen Partner auswählen, der ihm ähnlich ist. Diese Ähnlichkeit besteht hinsichtlich Alter, Attraktivität, sozialem Status, Intelligenz, Wertvorstellungen, Interessen, Hautfarbe, Religion, persönlichen Charaktereigenschaften- und Einstellungen bis hin zu Größe, Gewicht und Lungenvolumen. Ähnlichkeiten lösen bei Menschen ein Gefühl von Vertrauen aus, sodass gleichartige Menschen sich sympathischer und attraktiver sind (Klopp, o. J.).

2.4.2 Soziale Austauschtheorie

Die soziale Austauschtheorie stammt aus der Soziologie und Sozialpsychologie. Sie besagt, dass Menschen ihre Bedürfnisse in sozialen, wechselseitigen Austauschen von Ressourcen und Gütern befriedigen. Im Gegensatz zu wirtschaftlichen Tauschgeschäften erfolgt die Gegenleistung für eine erbrachte Leistung auf Vertrauensbasis und obliegt dem Gebenden. Auf Grundlage der Nähe zwischen zwei Menschen entwickelt sich ein reziprokes Kosten-Nutzen-Verhältnis. Unter Kosten werden negativen Erfahrungen sowie die aufgebrauchten Ressourcen und verpassten Möglichkeiten verstanden. Der Nutzen ist die Bedürfnisbefriedigung, die bspw. sozialer wie auch monetärer, psychischer oder physischer Art sein kann. In partnerschaftlichen Interaktionen sind dies meist Anerkennung, Schutz, Zuwendung und Liebe (Matiaske, 1999; Zafirovski, 2001; Hill & Kopp, 2008 & Skopek, 2012).

Erfährt eine Person einen Nutzen aus einer sozialen Beziehung, kann sie eine Gegenleistung in eigenem Ermessen zu einem selbst bestimmten Zeitpunkt und in selbst bestimmter Form vornehmen. Dazu besitzt sie die Möglichkeit, die Gegenleistung zu verwehren. Allerdings ist sie eine Voraussetzung für die Fortführung der sozialen Tauschbeziehung. Ob eine Beziehung eingegangen, beibehalten oder beendet wird, ist abhängig davon, wie lohnenswert und fair sie im Vergleich zu alternativen Beziehungen empfunden wird. Ressourcen und Güter werden nicht 1:1 ausgetauscht, sondern unterschiedliche, aber als gleichwertig empfundene Austausche vorgenommen. Da eine Nutzenmaximierung als nicht erreichbares Ziel angesehen wird, versuchen die Akteure ein zufriedenstellendes Ergebnis zu erreichen (Matiaske, 1999; Hill & Kopp, 2008 & Skopek, 2012).

In der Austauschtheorie werden zwei Motivationen für die Aufnahme einer sozialen Interaktion unterschieden. Dies ist zum einen die intrinsische Motivation, in der die Beziehung zu einer bestimmten Person ausschlaggebend ist. Zum anderen gibt es die extrinsische Motivation, bei der die Bindung an eine spezifische Person von geringer Wichtigkeit ist und die Interaktion zweckorientiert stattfindet (Skopek, 2012).

Damit zwei oder mehrere Personen in eine Interaktion miteinander treten können, müssen sie sich gegenseitig als Tauschpartner akzeptieren. Dies ist dann der Fall, wenn sie vermuten, einen Vorteil aus der Interaktion ziehen zu können. Entspricht eine Person nicht den Erwartungen des Anderen, findet kein Austausch statt. Die zuerst fassbaren Eigenschaften einer Person entscheiden somit grundlegend über

mögliche zukünftige Interaktionen (Matiaske, 1999; Hill & Kopp, 2008 & Skopek, 2012).

2.4.3 Halo Effekt

Der Halo-Effekt oder auch Heiligenschein-Effekt ist eine Wahrnehmungsverzerrung, die gegenüber fremden Personen erfolgt. Der Effekt beruht darauf, dass bei einer unbekannten Person von einer bekannten Eigenschaft auf andere unbekannte Eigenschaften geschlossen wird. Somit überstrahlen direkt ersichtliche Eigenschaften wie die physische Attraktivität oder der soziale Status die Einschätzung auf andere, nicht direkt sichtbare Eigenschaften wie die Intelligenz, Freundlichkeit oder die Großzügigkeit. Je nachdem, ob eine zuerst auffällige Eigenschaft eines Individuums positiv oder negativ ist, strahlt diese Eigenschaft positiv oder negativ auf die vermuteten weiteren Eigenschaften über. Diese Überstrahlung führt zu falschen Wahrnehmungen und Einschätzung von Personen. Welche Eigenschaft die zuerst auffällige ist, ist meist dem Zufall geschuldet (Schmitt, 1992; Kahnemann, 2011 & Lo et al., 2013).

In einer Studie von Robert Kaplan (1978) wurden Autoren mit unterschiedlichem Attraktivitätsniveau vorgestellt. Die Attraktivität hatte einen deutlichen Effekt darauf, wie talentiert diese beurteilt wurden. Eine weitere Studie von Thorndike (1920) zeigte, dass Offiziere ihre Angestellten ebenfalls anhand ihres Aussehens bewerteten und ihnen abhängig von ihrer Attraktivität in starkem Ausmaß unterschiedlich hohe Fähigkeiten zugestanden. Je attraktiver eine Person ist, desto freundlicher, erfolgreicher und begabter wird sie bewertet (Thorndike, 1920; Kaplan, 1978 & Lo et al., 2013).

Der Halo-Effekt ist in sozialen Interaktionen eine häufig anzutreffende Verzerrung. Besonders in Situationen des Online-Datings bestehen nur wenige Anhaltspunkte, um eine Person bewerten zu können, weshalb der Effekt hier ebenfalls anzutreffen ist (Lo et al., 2013).

2.4.4 Ökonomische Suchtheorie der Partnerwahl

Die ökonomische Suchtheorie stammt ursprünglich aus der Wirtschaftswissenschaft. In dieser Theorie wird das Verhalten auf wirtschaftlichen Märkten bezüglich Angebot- und Nachfrage analysiert und deshalb häufig in Arbeitsmarktkontexten verwendet. Aus dieser einst rein wirtschaftlichen Theorie wurde die ökonomische Suchtheorie der Partnerwahl hergeleitet (Mortensen, 1988; Oppenheimer, 1988 & Skopek, 2012).

Laut ihr besteht die Partnersuche aus einem zweiteiligen Prozess. Im ersten Teil fällt der Betroffene die Entscheidung, ob er grundsätzlich die aktive Partnersuche eingehen möchte. Es wird sich für die Partnersuche entschieden, soweit der erwartete Nutzen die erwarteten Kosten übersteigen. Hierbei spielt das Alter beim Markteintritt eine entscheidende Rolle. Je älter eine Person ist, desto schwieriger ist die Suche. Im zweiten Teil des Prozesses fällt die Abwägung darüber, wie viele Ressourcen in Form von Geld, Zeit und Energie in diese Suche auf dem Partnermarkt investiert werden sollen. Dies hängt u.a. auch von den individuellen Verfügbarkeiten ab. Sie beeinflussen wiederum zusammen mit weiteren Charaktereigenschaften, wie lange eine Person bereit ist, diese Kosten für die Partnersuche zu tragen (Becker 1974; Keeley, 1977; Mortensen, 1988 & Skopek, 2012).

Monetäre Kosten können bspw. entstehen, wenn sich eine Person auf einer Dating-Plattform gebührenpflichtig anmeldet oder Eintrittspreise für Events zahlt, um dort einen Partner zu finden. Die verwendete Zeit ist ein weiterer Kostenfaktor, da sie durch die Verwendung zur Partnersuche weniger für andere Tätigkeiten zur Verfügung steht. Letztlich fallen aber auch Kosten der Energie, z.B. in Form von psychischen Kosten an, wenn die Suche nicht erfolgreich scheint. Weitere Einflussfaktoren auf die Suchdauer sind die Effizienz der Suche, das Anspruchsniveau und der Gewinn. Die Suchdauer kann als Frequenz definiert werden, mit der eine Person sich der Partnersuche widmet. Das Anspruchsniveau beeinflusst wiederum die Länge der Suche, da ein niedrigerer Mindestanspruch zu einem schnelleren Erfolg führt, während ein hoher Anspruch die Wahrscheinlichkeit für eine längere Suche erhöht (Becker et al., 1977; Keeley, 1977; Oppenheimer, 1988 & Skopek, 2012).

Der Suchende muss auf dem Partnermarkt die Personen herausfiltern, durch die er langfristig ein positives Kosten-Nutzen-Verhältnis erreichen kann. Bei der

Partnersuche stehen die eingesetzten Ressourcen, wie Zeit, Geld oder Energie, dem Nutzen dieser Suche gegenüber (Becker et al., 1977; Keeley, 1977 & Skopek, 2012). In der Suchtheorie der Partnerwahl wird von einem rationalen Wesen ausgegangen, das die Suche nur so lange aufrechterhält, wie es aus ihr einen positiven Nutzen ziehen kann. Daraus wird geschlossen, dass der Suchvorgang beendet ist, sobald ein akzeptabler Partner gefunden wurde. Als akzeptabel gilt der Partner dann, wenn er den individuellen Mindestanspruch des Suchenden erfüllen kann (Oppenheimer, 1988 & Skopek, 2012).

Das Finden eines Partners bringt allerdings weitere Probleme mit sich. Zu Beginn einer Beziehung sind einige Eigenschaften des neuen Partners noch nicht bekannt, da diese anfänglich auf ersichtlichen Merkmalen wie dem Alter oder der Attraktivität basiert. Es kann sich allerdings über einen längeren Zeitraum herausstellen, dass der einst gefundene Partner doch nicht passend ist. Der Suchprozess der Partnersuche und die Entscheidung für eine bestimmte Person bringen dementsprechend weitere Unsicherheiten mit sich (Becker, 1974; Becker et al., 1977; Oppenheimer, 1988 & Skopek, 2012).

Die ökonomische Suchtheorie der Partnerwahl stößt allerdings auf harte Kritik, da die Objektivität und Rationalität der Partnersuche bemängelt wird. Es wird argumentiert, dass Partnersuchende die Kosten- und Nutzen einer langfristigen Partnersuche nur schwierig einschätzen können. Dazu werden bspw. sozioökonomische Komponenten, wie eine langfristige Intimität oder gemeinsame Kinder, nicht mit in Kosten- und Nutzenberechnung einbezogen. Des Weiteren findet die Entscheidung für oder gegen einen Partner nicht auf Basis einer kalkulierten und objektiven Kosten- und Nutzenberechnungen statt, sondern erfolgt schnell und emotional (Mortensen, 1988; Oppenheimer, 1988 & Skopek, 2012).

2.5 Kritik am State of the Art und Entwicklung der Forschungsfrage

Das Kapitel 2 hat einen ersten Überblick zu den Motiven der App-Anmeldung, wie auch der Verwendung von Tinder, auf Grundlage verschiedener Theorien gegeben. Diese Erklärungsansätze stellen eine gute Basis für diese Forschungsarbeit dar. Gleichzeitig werden in den Theorien die emotionalen und impliziten Hintergründe der Nutzungsmotive und des Verwendungsverhaltens vielfach vernachlässigt. Die

Motive und Verwendung von Tinder werden auf rationaler Ebene analysiert und der Mensch als ein ökonomisch logisch agierendes Wesen betrachtet.

In dieser Arbeit soll daher die Perspektive gewechselt werden, indem statt der rationalen und sichtbaren, die unbewussten und paradoxen Beweggründe und Ursachen für die Motive und Verwendungsformen aufgedeckt werden.

Ziel ist die Beantwortung der Forschungsfrage „Inwiefern beeinflussen die Nutzungsmotive der App Tinder das Verwendungsverhalten in Wechselwirkung Beziehungsleben der User?“.

Unter den Nutzungsmotiven sollen die impliziten Beweggründe, die App herunterzuladen, verstanden werden. Das Verwendungsverhalten umschließt die eigene Darstellung z.B. die Profildarstellung sowie das Such- und Auswahlverhalten von Usern und der daraus entstehende persönliche Kontakt. Der Begriff Beziehungsleben bezieht sich auf alle Arten der Beziehungsformen- und Stadien. In der Studie sollen die individuellen Einstellungen zum Single-Leben, Beziehungsleben, Ehe und Familie in den Kontext zur Tinder-Verwendung gesetzt werden.

Um die Nutzungsmotive und das Verwendungsverhalten in seiner Tiefe begreifen zu können, soll der Ansatz der psychologischen Morphologie genutzt werden. Dieser wird in Kapitel 3 detailliert beschrieben.

3. Methodisches Vorgehen im Untersuchungsprozess

In diesem Kapitel soll die morphologische Wirkungsforschung detailliert erläutert werden. Im ersten Abschnitt wird ein allgemeiner Überblick zum theoretischen Ansatz der psychologischen Morphologie gegeben. Darauf aufbauend werden seine Wirkungs- und Handlungszusammenhänge beschrieben und anschließend zur Erforschung von Produkten übergeleitet. Der zweite Abschnitt beinhaltet die Arbeitsweise in der psychologischen Morphologie. Dabei werden ihre verschiedenen Formen, die Interviewbeschreibung wie auch die Rolle des Interviewers näher beleuchtet.

3.1 Ansatz der psychologischen Morphologie

Die Lehre der psychologischen Morphologie und das Konzept der morphologischen Wirkungsforschung wurden an der Universität zu Köln vom Psychologie lehrenden Prof. Wilhelm Salber entwickelt. Abseits des Mainstreams entwarf Salber einen eigenständigen Theorieansatz, indem er unterschiedliche psychologische Schulen und Forschungsmethoden, bspw. von Friedrich Nietzsche, Sigmund Freud oder Johann Wolfgang von Goethe, miteinander in Beziehung setzte. Unter Berücksichtigung psychoanalytischer, ganzheits- und gestaltpsychologischer Erkenntnisse entwickelte er mit dem Theorieansatz die psychologische Morphologie, begreifbar als Ansatz einer „angewandten Gestaltpsychologie“. Dieser hebt sich mit einer eigenen Begriffssprache vom Jargon der naturwissenschaftlichen Psychologie ab und nimmt deswegen schon eine gewisse Außenseiterposition ein. Dabei steht nicht der einzelne Mensch mit seinen Motiven, Trieben und spezifischem Charakter im Zentrum des Interesses, sondern Alltagssituationen mitsamt ihrer Gegenstände und Handlungsweisen. Unter Gegenständen werden jegliche Phänomene des täglichen Lebens verstanden wie das Kaffee trinken, Putzen oder die Verwendung einer bestimmten Marke.

Der Ansatz der morphologischen Wirkungsforschung zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass das im Alltag stattfindende Erleben und die emotionalen sowie objektiv spürbaren Wirkungen betrachtet und ergründet werden. In jeder alltäglichen

Handlung wird das Mehr gesehen. Kein Gegenstand wird als einfach oder banal betrachtet (Melchers, 1993; Sander et al., 2005 & Salber, 2009).

Die psychologische Morphologie stellt somit ein qualitatives Konzept dar, d.h. im Gegensatz zu vielen anderen Verfahren basiert es nicht auf quantitativ messbaren Zahlenwerten wie z.B. statistischen Daten. Durch die Anwendung qualitativer Methoden wie der Beschreibungen und der Analyse psychologischer Abläufe unterscheidet sich die morphologische Wirkungsforschung deutlich von den weit verbreiteten quantitativen Verfahren, die in der Regel aus Befragungen mit statistischer Auswertung beruhen. Die Beschreibungen stellen einen wichtigen Teil der morphologischen Arbeitsweise dar. Durch sie können alltägliche Prozesse rekonstruiert und Entwicklungen, Funktionen sowie Sinnzusammenhänge durchdrungen und verstanden werden. Eine detaillierte Erläuterung zur Beschreibung und der Analyse folgt im Kapitel 3.2. (Melchers, 1993 & Salber, 2009).

3.1.1 Wirkungs-und Handlungszusammenhänge

Eines der Grundprinzipien in der psychologischen Morphologie ist mit der Vorstellung des Übergangs verbunden. Demnach geschehen Dinge nicht isoliert voneinander, sondern wirken in Zusammenhängen mit- bzw. gegeneinander. Bezeichnet wird dieser Übergang als Metamorphose. Diese Zusammenhänge finden allerdings nicht in einem Menschen ihre Ausdrucksform, sondern können sich in Gestalten wie der des Wanderns oder Einkaufens, widerspiegeln. Der Mensch selbst stellt lediglich das Medium dar, das diese Gestalten offenbart (Melchers, 1993; Sander et al., 2005 & Salber, 2009).

Diese Wirkungs- und Handlungszusammenhänge werden bezüglich ihrer Entwicklung und Funktion analysiert. Sie können bspw. gesellschaftlich oder gegenständlich sein. In jeder Gestalt sind mehrere gegensätzliche Wirkungen am Werk. Die sich in ihr ausdrückenden Phänomene können ebenfalls gegensätzlich wirken.

Dadurch, dass sich der Mensch mit Gegenständen auseinandersetzt, setzt er sich unbewusst mit sich selbst auseinander. In der psychologischen Morphologie wird eine Gestalt daher als Ganzheit betrachtet und analysiert. In den Gestalten drückt sich das Seelische aus und findet seinen Sinn. Als Seelisches soll die sich im ständigen

Übergang befindende Existenz des Menschen verstanden werden. Entsprechend der Sinnhaftigkeit des Seelischen wird bspw. das Essen nicht nur als Sattmacher betrachtet, sondern auch als Lebensspender. Diese sinngebenden Gestalten stellen allerdings gleichzeitig ein Problem für den Menschen dar, da sie ihn dazu zwingen, sich aus den vielen möglichen Gestalten für eine Gestalt zu entscheiden. Somit besteht immer eine Spannung zwischen der gelebten Gestalt und den Gestaltmöglichkeiten. Auf Grund der Spannungen und den damit einhergehenden Problemen, halten sich Gestalten nur für eine begrenzte Zeit. Die Verfassung, die gleichbedeutend ist mit den Begriffen Stimmungslage oder Gemütszustand, ist ausschlaggebend dafür, welche Gestalt als passend erlebt wird (Melchers, 1993 & Salber, 2009).

3.1.2 Psychologie des Alltags

Die Wahrnehmung eines Gegenstandes findet immer in seinem Alltags- und Kulturkontext statt. Der Alltag ist geprägt von vielen gleichzeitig wirkenden komplexen Erlebens- und Verhaltensweisen, die widersprüchliche Wirkungskräfte und Motive besitzen. Diese besitzen einen bildhaften Charakter und sind nach einer eigenen inneren Logik strukturiert. Trotz der Vertrautheit des Alltags besitzt er viele verdeckte und zurechtgemachte Seiten. Die psychologische Morphologie versucht, die impliziten Bedeutungen und Wirkungen des Alltages offenzulegen und zu verstehen. Im alltäglichen Handeln und Erleben drückt sich das Seelische aus. (Böhmer & Melchers, 1986; Melchers, 1993; Schulte, 1998; Salber, 2009 & Gesellschaft für psychologische Morphologie, 2018)

Der Alltag ist gegliedert in Handlungs- und Wirkungseinheiten wie bspw. der Monats-, Wochen- oder der Tagesablauf. Hierbei gibt es natürliche Gliederungen wie Tag und Nacht, wie auch kleinere Einteilungen, zu denen z.B. Autofahren oder Kochen gehören. Innerhalb dieser Abläufe führen Menschen durchgängig Handlungen aus, durch die ihr Verhalten strukturiert wird und eine bestimmte Funktion im Übergang zu einer anderen Verfassung, erfüllen (Böhmer & Melchers, 1986 & Ziems, 1996). Gleichzeitig wirken die Alltagsformen selbst als Strukturierungshilfe. Spezifische Gegenstände passen besonders gut in bestimmte Tageszeiten oder Wochentage, da dort eine entsprechende Verfassung herrscht.

Zusätzlich wirkt auch die aktuelle Lebenssituation oder der Lebensstil auf die gelebte Alltagsform ein, da sie entsprechende Bedürfnisse mit sich bringt (Ziems, 1996).

Alle Handlungs- und Wirkungseinheiten, werden als gemeinsames Werk betrachtet, das sich in einer ständigen Verwandlung befindet. Durch die Teilnahme an diesen Handlungen und Wirkungen erfährt der Mensch sich und seine Umwelt. Der Mensch befindet sich dabei in einem dauerhaften Streben nach Umgestaltung und Perfektion, die das Leben in Anspruch nehmen. Viele Handlungen, wie Putzen oder Duschen, werden immer wieder vollzogen, da sie nie endgültig abgeschlossen werden können. Bestimmte fortwährend auszuführende Handlungen können dem Menschen somit einen Lebenssinn geben. Jeder Mensch stellt dabei einen gelebten Ausschnitt der gesamten Gestalt dar, der sich auf seine Weise mit dem Gegenstand auseinandersetzt (Melchers, 1993 & Salber, 2009).

Dieses Streben nach der Verwirklichung und Vollendung von Lebensentwürfen oder Vorbildern ist meist unbewusst. Die implizit wirksamen Bilder übernehmen hierbei die Führung und bestimmen das alltägliche Handeln und Erleben. Diese Bilder lassen sich auch in Mythen, Märchen und den Archetypen nach C.G. Jung wiederfinden.

In den Märchen werden verschiedene Grundkonstruktionen und dessen Umwandlungen psychoästhetisch dargestellt. Als Konstruktionen werden gelebte Ebenbilder von Urbildern bezeichnet, wie die der bereits genannten Archetypen.

Die Mythen erzählen davon, wie sich das oft paradoxe menschliche Streben nach Vollendung vollzieht. Diese unbewussten Bilder werden durch Fehlleistungen, Übertreibungen oder in extrem gelebten Bildern wie das des Businessmanns oder der Hausfrau sichtbar (Salber, 2009 & Gesellschaft für psychologische Morphologie, 2018).

3.1.3 Produkte als Lösungsvorschläge

Menschen wollen ihren inneren seelischen Bildern näher kommen und ihnen entsprechen. Dafür benötigen sie die Auseinandersetzung mit Produkten, da diese sie bei der eigenen Entwicklung mit der Welt unterstützen. Durch die Produktauseinandersetzung erhält die Form des Alltags seine Bedeutung. Genauso erhalten aber auch die Gegenstände in der Alltagsform ihre Funktion (Böhmer & Melchers, 1986 & Ziems, 1996).

In der Werbung werden Handlungsmöglichkeiten präsentiert, die eine Lösung für das persönliche Verwirklichungsstreben präsentieren. In den Produktproblemen werden alltägliche Lebensprobleme ausgedrückt. Dabei bringt die Werbung Polaritäten miteinander in Einklang, sodass ihr eine Vermittlerrolle zukommt. Das Produkt dient als Teil der Lösung des individuellen Problems (Böhmer & Melchers, 1986).

Erfolgreiche Unternehmen bieten ihre Marken daher als konkretes Lösungsangebot für die individuellen seelischen Probleme an. Das Verwendungserleben wird in den Mittelpunkt gestellt und mit ersehnten Verfassungen in Verbindung gesetzt. Jedes Produkt kann dabei in verschiedenen Sinnzusammenhängen als Lösung dienen (Böhmer & Melchers, 1986).

3.2 Morphologische Arbeitsweise

Nach dem morphologischen Ansatz werden die Konsumenten der heutigen Zeit als wenig loyale und an vielseitigen Verfassungen interessierte Charaktere wahrgenommen, die nur wenige langfristig beständige Verhaltensmuster aufweisen. Als ausschlaggebender Faktor für das menschliche Handeln wird der Kontext angesehen. Durch ihn werden die erlebte Verfassung und die dabei aufkommenden Gefühle bestimmt. Mit Hilfe von Produkten oder Medien können Verfassungen hergestellt und gestaltet werden. Die psychologische Morphologie bildet daher dynamische Erklärungssysteme, mit denen die scheinbar unlogisch wirkenden Vorgänge der Konsumenten nachvollziehbar und erklärbar gemacht werden können (Melchers, 1993).

Aufbauend auf die Beschreibungen der Befragten wird eine Kontextanalyse durchgeführt, mit der die Wirkungen des Gegenstandes erfasst werden (Schulte, 1998). Hierfür werden in mehrmaligen Sitzungen die bis dato erfassten Ergebnisse ausgetauscht, Hypothesen erstellt und die weiterführende Strategie festgelegt. Insgesamt werden zwischen 20-40 Interviews pro Gegenstand durchgeführt (Grünwald, 2004).

Nach vollendeter Durchführung aller psychologischen Tiefeninterviews werden die dabei erfassten Inhalte in Interviewbeschreibungen festgehalten. Diese Beschreibungen werden nicht protokollartig und chronologisch gegliedert, sondern entsprechend ihrer Zusammenhänge und Wirkungen gestaltet. Der Gegenstand wird

dabei vom Interviewer rekonstruiert und geformt. Darauf aufbauend können in den gemeinsamen Analysesitzungen die Phänomene zusammengetragen und geordnet werden. Anschließend werden die Spannungen und Zusammenhänge der Wirkungsstruktur herausgearbeitet. Es wird davon ausgegangen, dass immer gleichzeitig mehrere Wirkungen stattfinden, wobei sich die Morphologie auf sechs Entwicklungsrichtungen konzentriert. Diese Polaritäten werden nach einem festgesetzten Bauplan, dem Sechseck angeordnet (Salber, 2009).

3.2.1 Sechs-Eck

Das Modell des Sechs-Ecks (siehe Anhang 1) ermöglicht ein tiefergehendes Verständnis der Spannungen und Zusammenhänge eines Gegenstandes (Schulte, 1998 & Gesellschaft für psychologische Morphologie, 2018). Es besitzt drei Grundspannungen mit jeweils zwei sich gegenüberstehenden Entwicklungspolen. Auf Grund des Spannungsverhältnisses zwischen den Polen, werden Phänomene, wie z.B. das der Stromverschwendung oder des Eisessens vor dem Fernseher, sichtbar (Grünewald, 1992; Melchers, 1993; Sander et al., 2005 & Gesellschaft für psychologische Morphologie, 2018).

Die Pole sind keine starren, festgesetzten Merkmale, sondern befinden sich in ständiger Bewegung. Obwohl zwischen den Polen ein Widerstand herrscht, benötigen sie sich gegenseitig für ein gemeinsames Werk. Jegliche Gegenstände können auf Grundlage ihrer Eigenschaften im Sechs-Eck positioniert werden. Die sich gegenüberliegenden Polaritäten werden mit den Begriffen Umbildung und Aneignung, Anordnung und Einwirkung sowie Ausbreitung und Ausrüstung betitelt (Sander et al., 2005 & Domke, 2016-2018).

Der Pol der Aneignung wird charakterisiert als das Eigene, Sicherheit, Verschmelzung, Bewährtes und Stabilität. Ein Beispiel hierfür wäre der Ehering. Der Aneignung steht die Umbildung gegenüber. Sie steht für das Fremde, Umbruch, Entwicklung, Mut sowie Risiko und Abenteuer. Ein passender Gegenstand hierfür ist bspw. das Make-Up. Ein weiteres Polaritäten-Paar ist das der Ausrüstung und der Ausbreitung. Ausrüstungsqualitäten sind bspw. die Begrenzung, Rüstung und Abwehr während Qualitäten der Ausbreitung Fantasien, das Überschreiten von Grenzen, Utopien oder der Rausch sind. Ein passender Gegenstand des

Ausrüstungspols wäre dementsprechend z.B. eine Versicherung und ein passender Gegenstand des Ausbreitungspols wären der Alkohol oder Drogen. Die letzte Grundspannung besteht zwischen der Anordnung und der Einwirkung. Unter der Anordnung werden Möglichkeiten, Demokratien und das Viele verstanden. Ein charakteristischer Gegenstand wäre das große Jogurt-Angebot im Supermarkt. Die Einwirkung steht hingegen für das Eine, Führung, Diktatur und Beeinflussung. Die Bibel kann diese Polarität beispielhaft darstellen (Domke, 2016-2018).

3.2.2 Formen der morphologischen Arbeitsweise

In der psychologischen Morphologie werden drei Arbeitsformen unterschieden. Dies sind die Produktwirkungseinheit, die Bildwirkungseinheit und der Werbemitteltest.

Bei dem Konzept der Produktwirkungseinheit wird die Wirkung und Verwendung von Produkten analysiert. Die Produkte und die seelischen Wirkungen der Konsumenten treffen aufeinander, wodurch sich gegenstandsspezifische Verwendungen entfalten bzw. das Produkt Möglichkeiten der Verwirklichung- und Gestaltung vorschlägt. Sie beeinflussen in welche Wirkungen wir hineingeraten, weshalb einige Produkte wie bspw. das Rauchen von Zigaretten auch zur Nicht-Verwendung anregen können. Die vielen, teils gegensätzlichen Kräfte werden in der Produktwirkungseinheit herausgearbeitet und analysiert (Grünwald, 1992 & Melchers, 1993).

Die Bildwirkungseinheit wird genutzt, um das ganzheitliche Image einer Marke zu verstehen. Sie wird als Lösung für die in der Produktwirkungseinheit aufkommenden Spannungen genutzt. Die Funktion und die Bedeutung der Marke werden in diesem Prozess herausgearbeitet und aufbauend darauf Methoden entwickelt. Je nach Verwendungsmotiv werden Marken sehr unterschiedlich im Markt positioniert. Die Polaritäten der Produkt- sowie der Bildwirkungseinheit werden im Sechs-Eck dargestellt (Melchers, 1993 Grünwald, 2004).

Die Werbewirkungsuntersuchung ist die dritte Form der morphologischen Arbeitsweise. Hier wird die „Scherenstruktur“ (siehe Anhang 2) genutzt, die als Auseinandersetzungsprozess zwischen Werbung und Beworbenen zu verstehen ist. Damit eine Werbung eine Wirkung beim Konsumenten auslösen kann, muss sie es schaffen, dass die Beworbenen sich mit ihr auseinandersetzen. Menschen versuchen

sich grundsätzlich gegen den Beeinflussungsversuch der Werbung zu stellen. Den Prozess der Scherenstruktur kann man sich wie einen Dialog vorstellen, der unbewusst zwischen dem Zuschauer und der Werbung abläuft. Für eine erfolgreiche Wirkung muss sie so aufgebaut werden, dass sie dem Beworbenen durch Argumente vorgibt, einen Kompromiss anzubieten, durch den dieser sich nicht zu offensiv manipuliert und beeinflusst fühlt (Melchers, 1993).

3.2.3 Morphologische Beschreibungen

Das psychologische Tiefeninterview kann als eine intensive Form der Beschreibung verstanden werden. Das Interview selbst wird als Medium genutzt, um Wirkungen greifbar zu machen. Die Beschreibung ist der erste Schritt, um einen Gegenstand zu rekonstruieren. Sie wird genutzt, um an Unbewusstes in Form von Bildern, Wirkungen und Übergängen heranzukommen und so das zum Vorschein zu bringen, was in Meinungsbefragungen nicht zu verbalisieren wäre (Schulte, 1998; Sander et al., 2005 & Salber, 2009).

Das Ziel dieser Technik ist es, den Befragten beim ausführlichen und detaillierten Beschreiben zu unterstützen und so seine subjektive Perspektive und Wahrnehmung auf den Gegenstand und dessen Wirkung auf ihn zu verstehen. Der Gegenstand wird durch den Befragten zum Sprechen gebracht und dadurch Phänomene offenbart. Diese Phänomene werden auf den Gegenstand, nicht aber auf die Person bezogen. Aufbauend darauf werden sie in ihrer Tiefe begriffen (Schulte, 1998; Sander et al., 2005 & Salber, 2009).

Es wird mit dem Allgemeinen begonnen und sukzessive auf das Spezielle eingegangen. Die Zusammenhänge, Alltagsverfassungen- und Geschichten sollen dabei hinsichtlich ihrer Komplexität, Dramatik und der psychologischen Logik beschrieben werden. Handlungen und Wirkungen werden im Nacheinander dargestellt und vertieft. Dafür wird der zu analysierende Gegenstand von verschiedenen Perspektiven her betrachtet und beschrieben. Die Kipp- und Drehpunkte der Gestalt werden herausgearbeitet und versucht seine Paradoxie freizulegen. Das Seelische wird an diesen Drehpunkten auf Grund der offengelegten Konstruktionen erkennbar. Durch sie werden Übergänge von Gestalten fassbar gemacht und erklärbar (Schulte, 1998 & Salber, 2009).

Alles, was der Interviewpartner im Kopf hat, soll daher gesagt werden. Es ist unbedeutend, wie unfertig, sinnlos oder peinlich der Gedanke scheint, da auch das im Zusammenhang mit dem behandelten Gegenstand etwas über ihn zur Sprache bringt. Die psychologische Morphologie vertritt die Auffassung, dass alles mindestens zwei Seiten besitzt. Widersprüche oder Lügen werden daher nicht als unwahr oder falsch gesehen, sondern als Phänomen des Gegenstandes verstanden (Schulte, 1998).

Das Problem hierbei ist allerdings, dass der Proband häufig selbst nicht versteht, was ihn beeinflusst oder es sich nicht eingestehen möchte. Zusätzlich besteht die Hürde, das eigene Innenleben verständlich und treffend zu verbalisieren. Daher verwendet der Beobachter verschiedene Techniken. Diese sollen im folgenden Abschnitt genauer erläutert werden.

3.2.4 Rolle des Interviewers

Das Interview kann als Erkundungsreise eines Gegenstandes verstanden werden. Dabei wird der Befragte vom Interviewer zu tiefergehenden Denkprozessen angeleitet (Grünewald, 1992 & Salber, 2009). Er hat die Aufgabe, die Regeln festzulegen und einen Gesprächsraum zu erschaffen, in dem sich der Gegenstand frei entfalten kann (Schulte, 1998 & Grünewald, 2004). Ein Interview besitzt meistens eine Länge von 120 Minuten. Die Interview-Verfassung gleicht nicht der eines alltäglichen Gesprächs, sondern stellt eine wertungslose, freie Zwischenwelt ohne festgefahrene Gesetzmäßigkeiten dar. Der Befragte kann situativ entscheiden, über was er sprechen möchte. Dies gibt Hinweise zu dem persönlichen Stellenwert, der Struktur und der Bedeutung des Gegenstandes. Der Interviewer verfolgt keine starre Wenn-Dann-Logik, sondern passt sich der Bewegung des Befragten in Zusammenspiel mit dem Gegenstand an. (Schulte, 1998 & Ziems, 1996). Er befindet sich in der sogenannten „freischwebenden Aufmerksamkeit“, was bedeutet, dass er wie ein Medium fungiert, durch das der Gegenstand gedeutet werden kann. In einer gelassenen Haltung werden Zusammenhänge aufgedeckt, bereits Gesagtes zusammengefasst und an Aussagen angeknüpft. Während der Interviewer zu Anfang des Gesprächs um eine freundliche Atmosphäre bemüht ist, provoziert er im weiteren Verlauf Uneinigkeiten und Spannungen, die zum tieferen Verständnis des Gegenstandes beitragen (Schulte, 1998 & Salber, 2009).

Um den Gegenstand als Ganzes zu verstehen, wird das Vier-Versionen-Modell (siehe Anhang 3) verwendet. Ähnlich wie man eine Skulptur erst als Ganzes fassen kann, wenn man einmal um sie herum gelaufen ist, wird der Gegenstand im Interview aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. In der ersten Version, der Gestalt-Logik, wird der erste Eindruck, das leicht Erzählbare und Vereinfachte des Gegenstandes zur Sprache gebracht. Hierzu gehört bspw. die Nacherzählung einer Alltagshandlung. Die zweite Version, die Gestalt-Transformation, deckt die Spannungsverhältnisse, kritischen Seiten und Schwankungen des Gegenstandes auf, die den Grundpolaritäten des Sechs-Ecks entsprechen. Hierbei rücken vorher unbeachtete Nebenschauplätze ins Sichtfeld des Interviews. Die dritte Version, die Gestalt-Konstruktion, dient dazu, den Gegenstand und seine Polaritäten in ein System zu bringen, einen roten Faden zu erkennen und ihn zu verstehen. In der vierten Version, der Gestalt-Paradoxie, wird das Paradoxe des Gegenstandes entschlüsselt. Das Paradox zeigt sich, indem für etwas schwierig in Worte zu fassendes z.B. ein Bild, ein Witz oder ein Sprichwort gefunden. Es wird eine Einheit trotz seiner Gegensätze entdeckt. Häufig finden sich unerwartet passende Bilder oder Sprichwörter, durch die das Gesamtbild fassbar gemacht werden kann (Sander et al., 2005; Salber, 2009 & Gesellschaft für psychologische Morphologie, 2018).

Durch das stetige wechseln zwischen diesen Perspektiven kann ein ganzheitliches Bild entwickelt werden. Das Interview kann durch die Rekonstruktionen, weiterführenden Fragen und Hypothesen wie eine Spirale betrachtet werden. Mit jedem Gespräch wächst der Erfahrungsschatz über den Gegenstand, wodurch der Interviewer sukzessive zu einem umfassenden Bild gelangt (Melchers, 1993 & Salber, 2009).

In einem ständigen Wechsel zwischen dem Eintauchen in die Denkweise und Beschreibungen des Befragten und dem Zurückkommen zu sich selbst bewegt sich der Interviewer mit. Diese Mitbewegung ist allerdings kein Nachvollziehen. Der Interviewer stellt sich weitgehend ahnungslos und regt dadurch den Befragten dazu an, sich intensiv mit dem Gegenstand auseinanderzusetzen. Überstürzte Interpretationen oder Bewertungen werden vermieden (Schulte, 1998 & Salber, 2009).

Während des Gesprächs hat der Beobachter die Aufgabe, die Interview-Entwicklung mitsamt seiner Dynamiken wahrzunehmen. Hierzu gehören die Körpersprache, Aussehen, Fehlleistungen oder die Atmosphäre des Gespräches. Sie geben

zusätzliche Auskünfte über den Gegenstand, die nicht in Worten ausgedrückt werden können. Da die Befragten sich viele Gedanken und Gefühle nicht eingestehen wollen, sie rationalisieren oder verzerren, dürfen ihre Aussagen nicht wörtlich und isoliert betrachtet werden. Erst das Zusammenspiel der Aussagen und des Kontextes macht es möglich, dass Ergänzungen oder Widersprüche des Gesagten aufgedeckt werden können. Der tieferliegende Sinn wird erst in der anschließenden psychologischen Analyse erkennbar (Grünewald, 1992; Schulte, 1998; Grünewald, 2004; Sander et al., 2005 & Salber, 2009).

Zusätzlich bedient sich der Interviewer verschiedener Techniken, um die Gestalten aufzubrechen und sie weiterzuentwickeln. Zu diesen Techniken gehören unter anderem das Zerdehnen von Situationen, die Spiegelungen von Inhalten, Dynamiken und eigenen Empfindungen, die Projektionen und Perspektivenwechsel und Störungen und Zuspitzungen (Schulte, 1998, Grünewald, 2004 & Salber, 2009).

3.2.5 Repräsentativität

Die psychologische Repräsentativität unterscheidet sich deutlich von der bekannten quantitativen Repräsentativität. Sie stellt ein wichtiges Qualitätskriterium in der psychologischen Marktforschung dar (Grünewald, 1998). Hier gelten Studien nicht dann als repräsentativ, wenn eine bestimmte Fallzahl erreicht wird, sondern alle Merkmale abgebildet werden können, die auf oder vom Gegenstand wirken (Grünewald, 2004). Es ist dementsprechend nicht entscheidend, die Grundgesamtheit der Bevölkerung abzudecken, sondern die Faktoren, die den Gegenstand ausmachen. Es wird davon ausgegangen, dass die Erhöhung der Stichprobengröße nicht gewährleisten kann, dass neue Aspekte zum Vorschein kommen. Mit der psychologischen Repräsentativität kann somit, trotz einer geringen Fallzahl zwischen 30-60 Probanden, ein ganzheitliches Bild des Gegenstandes erstellt werden (Grünewald, 1998 & Grünewald, 2004).

Statt einer hohen Fallzahl spielt die Qualität der Interviews und der Analysen eine entscheidende Rolle. Je tiefer die Exploration des Gegenstandes ist, desto besser können die verborgenen Motive und Phänomene erkannt, analysiert und verstanden werden (Grünewald, 1998 & Grünewald, 2004). Da die Gefahr besteht, dass besonders unangenehme oder peinliche Thematiken von Interviewer und Proband

gemeinsam vermieden werden und dem Probanden viele seiner inneren Beweggründe unklar sind, müssen zwischen den Interviews Analysesitzungen stattfinden, in denen diese blinden Flecken aufgedeckt werden. Zusätzlich müssen sich alle Betroffenen offen und intensiv auf die Thematik einlassen, damit alle wichtigen Merkmale und Motive entdeckt und verstanden werden können. Auf Grund dieser Voraussetzungen kann eine psychologische Repräsentativität daher nicht immer erfüllt werden (Grünwald, 1998).

4. Umsetzung der Untersuchung

In diesem Kapitel sollen das Forschungsdesign und die Durchführung der Arbeit auf Basis der psychologischen Morphologie erläutert werden. In jedem der folgenden Abschnitte wird dabei zuerst das Forschungsdesign präsentiert und anschließend auf die realisierte Umsetzung der Arbeit eingegangen.

Zu Beginn werden die Leitfadenerstellung und dessen Inhalt vorgestellt. Aufbauend darauf wird auf die Stichprobenauswahl eingegangen und die Rekrutierung der Probanden erörtert. Zuletzt sollen die Dynamik und die Ereignisse der Stichprobenauswahl und Rekrutierung vorgestellt werden.

4.1 Interview-Leitfaden

Da die Interviews auf Basis der morphologischen Theorie durchgeführt werden sollten, wurde sich für die Form des nicht-standardisierten Interviews entschieden. Dies bedeutet, dass zwar während des Interviews ein Leitfaden vorliegt, dieser allerdings nur als Rahmen des Gesprächs dient. Um diesen Rahmen zu gewährleisten, sollte ein Leitfaden entwickelt werden, der die Themenpunkte Nutzungsmotive, Verwendungsverhalten und Beziehungsleben abdecken kann.

Die Leitfadenerstellung fand mehrere Wochen vor Beginn der Interviewdurchführung statt, wodurch ein qualitativ hochwertiger Inhalt sichergestellt wurde. Bei der Ausarbeitung wurde sich an bestehenden rheingold-Projekt-Leitfäden orientiert, die somit als Hilfestellung dienten. Der erste Entwurf des Leitfadens wurde von einer fachkundigen Person des rheingold Institut Kölns korrigiert und eine verbesserte Version erarbeitet.

Der fertiggestellte Leitfaden hatte einen Umfang von zehn Seiten (siehe Anhang 4). Die erste Seite kann als Überblick des Leitfadens betrachtet werden. In diesem Überblick wird zuerst das Thema der Arbeit angeführt. Im Fall dieses Projektes ist dies die Analyse der Nutzungsmotive und des Verwendungsverhaltens der App Tinder in Wechselwirkung mit dem Beziehungsleben der User. Anschließend werden die Ziele der Studie erläutert wie bspw. die Identifikation der Nutzungsmotive und die Analyse der Zusammenhänge zwischen Nutzungsmotiven und dem Verwendungsverhalten. Zum anderen wird die psychologisch-morphologische

Methode angeschnitten und der Aufbau des Leitfadens dargestellt. Die Leitfaden-Gliederung besteht aus vier Teilen.

Der erste Teil dient als Warm-up und Kennenlernen der Person und seinen Lebensumständen. Im zweiten Teil wird das Thema Dating-Plattformen/Apps allgemein bearbeitet. Der dritte Teil kann als Fokus des Leitfadens betrachtet werden und umfasst das Thema Tinder. Es wird mit dem Allgemeinen begonnen und anschließend auf die Nutzungsmotivation und das Verwendungsverhalten übergeleitet. Abgeschlossen wird das Kapitel mit dem Thema Wettbewerber zu Tinder. Der vierte und letzte Teil des Leitfadens ist das Wrap-up, wodurch das Ende des Interviews eingeleitet wird.

Anzumerken sei hierbei, dass im Leitfaden zwar eine Reihenfolge der Themen vorgegeben wird, diese aber nicht zwingend im Interview einzuhalten ist. Der Interviewverlauf orientiert sich hingegen vielmehr an der Dynamik und den Drehungen, die durch den Gegenstand selbst wie auch den Probanden entstehen.

Auf der zweiten Seite des Leitfadens beginnt der eigentliche Inhalt mit dem ersten Teil, dem Warm-Up. Hierbei wird innerhalb eines Zeitrahmens von ca. 20 Minuten neben den demografischen Fakten, Beschreibungen zur aktuellen Lebenssituation, der Vergangenheit und der Zukunft in Erfahrung gebracht. Dabei wird unter anderem auch auf die Einstellungen und Denkweisen zum Thema Beziehung, Ehe und Familie eingegangen. Der zweite Teil des Leitfadens dient dazu, die Probanden langsam an die Online-Dating-Thematik heranzuführen, wofür ca. 10-15 Minuten eingeplant werden. Dafür werden sie angeleitet, ihre Assoziationen, Erfahrungen und Einstellungen zum Thema Dating-Plattformen und Apps zu beschreiben.

Der dritte Teil stellt den Fokus der Arbeit, das Thema Tinder, dar. Dementsprechend wird ein Zeitfenster von ca. 80 Minuten eingeplant. Zu Beginn werden Assoziationen, grundsätzliche Erfahrungen, Stärken und Schwächen wie auch Projektivfragen gestellt. Dadurch wird die Person langsam in die Thematik eingeführt und der Interviewer hat die Möglichkeit, einen ersten Eindruck vom Verhältnis des Probanden zum Gegenstand Tinder zu erhalten.

Im weiteren Verlauf werden die Motive der Nutzung herausgearbeitet, indem auf die Lebenssituation zum Zeitpunkt der App-Installation, Auslöser, Erwartungen und Ängste Bezug genommen wird. Darauf aufbauend wird die Profilerstellung der App im Detail rekonstruiert. Dafür wird Tinder auf dem Smartphone geöffnet, sodass der Proband unter zu Hilfenahme seines Profils die Intentionen, Stimmungen,

Erwartungen wie auch Befürchtungen beschreiben kann, die mit seiner Bilder- und Textauswahl einhergingen.

Des Weiteren wird das Verwendungsverhalten betrachtet. Hierbei wird der Proband angeleitet, typische Auslöser und Stimmungen zu beschreiben, die zur Tinder-Nutzung führen. Dazu sollen Routinen und Veränderungen der Verwendung betrachtet werden. Für ein besseres Verständnis des Auswahlverhaltens wird die App ein weiteres Mal geöffnet und der Proband dazu angeleitet, sie mit Hilfe des „lauten Denkens“ zu verwenden. Das konkrete Vorgehen wird somit anhand von echten Beispielen untermauert. Er bekommt die Aufgabe, seine dabei erlebten Stimmungen, Erwartungen und Enttäuschen zu beschreiben.

Im Folgenden wird die Kontaktaufnahme betrachtet. Diese beinhaltet das Verwendungsverhalten ab dem Match, das erste Kontaktieren, den Austausch der Handy-Nummern, das Treffen und die Beendigung des Kontaktes. Hierbei wird neben dem erfahrungsgemäßen Ablauf auf einhergehende Stimmungen, Erwartungen und Ängste eingegangen. Abgeschlossen wird das Kapitel mit einer kurzen Eruierung der Wettbewerber.

Der vierte Teil des Leitfadens dient als Wrap-Up. Hierbei erhält der Proband die Möglichkeit, ein abschließendes Fazit, Empfehlungen wie auch bisher Unausgesprochenes oder finale Einfälle zu äußern.

4.2 Stichprobe der Untersuchung

Die Stichprobe wurde auf eine Größe von zehn Personen festgelegt. Die psychologische Repräsentativität kann durch diese Anzahl zwar nicht erfüllt werden, auf Grund des Rahmens der Arbeit war das Interviewen einer größeren Fallzahl allerdings nicht umsetzbar. Durch die Stichprobengröße ist es dennoch möglich, die Wirkungszusammenhänge des Gegenstands Tinder zu verstehen.

Da es bei der App Tinder um das zwischenmenschliche Miteinander von Männern und Frauen geht, wurde sich für eine ausgeglichene Verteilung von fünf Männern und fünf Frauen entschieden. Dadurch sollte gewährleistet werden, dass die Sicht- und Verhaltensweisen beider Geschlechter gleichermaßen berücksichtigt werden. Entsprechend der Altersverteilung auf Tinder wurde eine Stichprobe gewählt, in der acht Personen unter 30 Jahre und zwei Personen über 30 Jahre alt sein sollten.

Da in der morphologischen Arbeitsweise angestrebt wird, ein ganzheitliches Bild eines Gegenstandes auf Basis verschiedener Perspektiven zu gewinnen, sollten neben acht aktiven Nutzern zwei ehemalige Nutzer interviewt werden. Davon sollte sich einer der ehemaligen Nutzer in einer Tinder-Beziehung befinden, während der andere ehemalige Nutzer die App aus anderen Gründen deinstalliert haben sollte. Mit Hilfe dieser zusätzlichen Sichtweisen sollte die ganzheitliche Betrachtung von Tinder sichergestellt werden.

Die Stichprobe konnte entsprechend der geplanten Alters-, Geschlechter- und Nutzungsverteilungen rekrutiert werden. Sie setzte sich somit letztlich aus fünf Frauen im Alter von 19, 20, 22, 26 und 35 Jahren sowie fünf Männern im Alter von 21, 23, 27, 29 und 48 Jahren zusammen. Unter diesen zehn Probanden befanden sich zwei ehemalige Nutzer. Ein ehemaliger Nutzer befand sich in einer Tinder-Beziehung, während die andere ehemalige Nutzerin die App aus anderen Gründen deinstalliert hatte.

4.3 Rekrutierung

Die Rekrutierung der Probanden sollte offline wie auch online stattfinden. Dies sollte sicherstellen, dass der Rekrutierungskanal nicht in einem zu hohen Maße die Ergebnisse der Studie färbt. Als offline Kanal wurde das private Umfeld ausgewählt, mit dessen Hilfe Personen gefunden werden sollten, die aktive App-Nutzer oder ehemalige Nutzer sind. Facebook und die App Tinder stellten mögliche online Kanäle für die Rekrutierung dar. Über mitgliedsstarke Facebook-Gruppen sollten Posts geschaltet werden, um potenzielle Probanden auf die Studie aufmerksam zu machen. Die Rekrutierung via Tinder sollte mit Hilfe eines eigens erstellten Profils erfolgen, das ebenfalls über die Studie informiert und das Interesse an der Teilnahme wecken sollte.

Die Umsetzung der offline Rekrutierung erfolgte schließlich wie zuvor geplant über Freunde und Bekannte, die selbst Tinder-Nutzer, Nichtmehr-Nutzer oder Tinder-Paare kannten und einen Nummerntausch ermöglichten. Die Personen wurden schriftlich über Whatsapp zum Hintergrund der Studie wie auch über den Rahmen des Interviews informiert und daraufhin die Treffen im rheingold-Institut Köln vereinbart.

Die Umsetzung der online Rekrutierung erfolgte hingegen nur über einen Kanal. Zwar wurde ein Post über die Facebook-Gruppe „NETT-WERK-KÖLN“ geschaltet (siehe Anhang 5), dieser erhielt allerdings nur geringe Resonanz und erreichte keine ernsthaft interessierten Tinder-Nutzer.

Die online Rekrutierung wurde daher vollständig über die App Tinder durchgeführt. Dafür wurde ein Profil erstellt (siehe Anhang 6), dessen Foto einen Schriftzug „TINDER-STUDIE DER“ und das Logo der TH Köln abbildete. Um deutlich zu machen, dass hinter dem TH Logo eine spezifische Person steht, wurden der Name und das Alter der eigenen Person hinzugefügt. Dies sollte gewährleisten, dass interessierte Tinder-Nutzer das Gefühl bekommen, mit einer echten Person und nicht mit einer anonymen Institution in Kontakt zu treten. In dem Profil-Kurztext wurde erläutert, dass es sich bei der Studie um eine Masterarbeit handelt, für die Gesprächsteilnehmer gesucht werden.

Der Suchkreis wurde auf 20km eingestellt, sodass sichergestellt werden konnte, dass es auf Grund der geografischen Lage zu einem zeitnahen Treffen kommen könnte. Die gesuchte Altersspanne wurde zu Beginn auf das Maximum (18-55+) eingestellt und im Verlauf der Rekrutierung an die noch zu besetzenden Altersklassen angepasst. Ähnlich verlief die Rekrutierung hinsichtlich des Geschlechtes.

Auf Grund der hohen Anzahl von Matches wurden ausschließlich die Personen näher zu der Studie informiert, die von sich aus eine Nachricht schrieben. Alle Interessenten bekamen eine ähnliche Antwort, die beinhaltete, dass es sich um ein zweistündiges Gespräch im rheingold-Institut Köln handle, für das es keine monetäre Vergütung gäbe. Als Aufwandsentschädigung wurden die Studienergebnisse angeführt, durch die ein Anreiz zur Teilnahme geschaffen werden sollte. Soweit die Personen mit den Rahmenbedingungen einverstanden waren, wurden Termine für die Interviews vereinbart.

4.4 Dynamik und Ereignisse der Umsetzung

Die Rekrutierung mitsamt der Terminvereinbarung- und Durchführung verliefen recht schwerfällig und benötigten mehr Zeit, als anfangs eingeplant wurde.

Viele potenzielle Probanden, die über Tinder rekrutiert wurden, erhofften sich von dem Treffen ein Date statt eines Interviews oder erwarteten sexuelle Gegenleistungen. Dies wurde allerdings meist erst nach mehrfachem Kontakt deutlich, sodass zum Zeitpunkt des Kontaktabbruchs bereits viel Zeit aufgewendet wurde.

Die Terminfindung mit ernsthaft interessierten Probanden beanspruchte allerdings ebenfalls häufig längere Zeit. Dies hing unter anderem mit der teils knappen Raumverfügbarkeit des rheingold-Instituts zusammen. Dadurch konnten die Interviews in einigen Fällen entweder nicht stattfinden oder wurden auf andere Orte, wie Cafés oder private Orte verlegt.

Es wurden aber auch einige Treffen kurz vor der Durchführung verschoben oder abgesagt. Besonders radikal gingen einzelne potenzielle Probanden auf Tinder vor, die trotz des festgelegten Termins kurz vor dem Treffen das Match auflösten und nicht erschienen. Somit zog sich die Rekrutierung und Durchführung der Interviews über einen Zeitraum von fünf Wochen hin.

4.5 Durchführung der Interviews

Alle zehn Interviews sollten im rheingold-Institut in Köln stattfinden und in einem Zeitrahmen von jeweils zwei Stunden stattfinden. Das Institut sollte hierbei als maßvoller Rahmen der sexuell angehauchten Thematik dienen und eine offene und gleichzeitig professionelle Atmosphäre gewährleisten. Die Interviews sollten weder mit Video- noch mit Audiogeräten mitgeschnitten werden. Eine Dokumentation der Gespräche sollte stattdessen mit Stift und Papier stattfinden. Das Bereitstellen von Kaffee und Kaltgetränken sollte der Herstellung einer angenehmen Gesprächsatmosphäre dienen.

Schließlich fanden acht der zehn Interviews im rheingold-Institut statt. Alle Gespräche besaßen eine Länge von zwei Stunden und verliefen ohne auffällige Zwischenereignisse. Eines der Interviews wurde bei einer Probandin zu Hause durchgeführt, da sie auf Grund ihrer Arbeitszeiten und Hobbys nicht unter der Woche verfügbar war. Ein anderes Interview fand in einem Café statt, da im rheingold-Institut keine Räume verfügbar waren.

5. Ergebnisanalyse

In diesem Abschnitt sollen die Ergebnisse der Studie präsentiert werden. Dafür wird zu Beginn die vereinheitlichende Beschreibung der zehn Tinder-Interviews vorgestellt. Darin werden die Inhalte der Gespräche wie auch die Atmosphäre und Dynamik zusammengefasst und analysiert. Anschließend wird der Gegenstand im morphologischen Sechseck präsentiert und seine Wirkungsstruktur erläutert. Im Folgenden wird der Einfluss der Nutzungsmotive auf das Verwendungsverhalten erläutert und die Wechselwirkung zum Beziehungsleben herausgestellt. Zum Schluss werden die davor detailliert beschriebenen Ergebnisse zusammengefasst.

5.1 Vereinheitlichende Beschreibung der Interviews

1. Atmosphäre und Interviewdynamik

Alle Interviews verliefen auffällig schnell und hatten insgesamt eine lockere und angenehme Atmosphäre. Die Probanden zeigten sich sehr kooperativ im schriftlichen Kontakt und öffneten sich auch während des persönlichen Gesprächs sehr schnell. Dabei gewährten die meisten einen sehr tiefen Einblick und berichteten von schweren Schicksalsschlägen, Ängsten und Hoffnungen und zeigten damit auch ihre verletzte Seite. Einige blieben aber auch hinter ihrer Fassade versteckt und ließen sich nur schwer greifen. Die Geschichten zu Tinder sprudelten dennoch aus allen Probanden heraus, als hätten sie nur darauf gewartet, von ihnen berichten zu können. Die Interviews wurden allerdings auch traurig und wütend, besonders dann, wenn die Probanden von ihrer Lebenssituation sprachen oder den Kehrseiten der Tindernutzung. Einige wirkten am Ende des Interviews niedergeschlagen und desillusioniert und hinterfragten ihr Verwendungsverhalten. Andere gingen weiter in die Offensive und versuchten ein weiteres Treffen auszuhandeln und sich als passendes Date zu präsentieren.

Auffällig war, dass alle Probanden während der zwei Stunden Wasser tranken und keiner einen Kaffee oder Tee annahm. Meist wurde die gesamte 1 Liter Flasche komplett ausgetrunken und das Glas während des Interviews immer wieder in die Hand genommen und umklammert. Die Tinder-Thematik scheint demnach etwas sehr Hitziges zu besitzen, das einer gemütlichen Kaffee- oder Tee-Verfassung zu widersprechen scheint.

2. Aktuelle Lebensphase, Vergangenheit, Zukunftspläne und Sicht auf die Gesellschaft

Die aktuelle Lebenssituation der Probanden war sehr verschieden. Sowohl die berufliche Situation, das emotionale Befinden sowie die Einstellung zum Single-Leben, Kindern, Ehe und Heirat unterschieden sich immens. Eine Parallele zwischen den Probanden ließ sich nur schwer finden, sodass es nahezu unmöglich erschien einen typischen Tinder-User auf Grund seiner Biographie, Lebenssituation oder Grundeinstellung herauszukristallisieren.

Während sich fünf der Probanden im Studium bzw. einer Ausbildung befanden, waren vier Personen in einer Festanstellung und ein Proband auf Jobsuche. Eine Person studierte zusätzlich neben ihrer Festanstellung.

„Ich hab eine 40-50 Stunden Woche auf der Arbeit und studiere noch etwa 20 Stunden. Dafür schlaf ich halt weniger..“ Pb5

„Ich hab gesehen, dass noch 800 Euro auf dem Konto sind. Ich sollte wohl mal wieder einen Job annehmen“ Pb7

Ähnlich unterschiedlich wurde das emotionale Befinden beschrieben. Einige Probanden erzählten von depressiven Verstimmungen auf Grund persönlicher Probleme oder beruflichem Druck. Zwei User berichteten von früheren Suizidversuchen und fast die Hälfte vom Tod eines Elternteils. Diese Ereignisse führten bei einigen Probanden dazu, dass sie sich zurückzogen oder sich versuchten durch Alkohol, Drogen oder auch unzähligen Dates abzulenken. Sie zweifelten an sich, hielten an vergangenen Beziehungen fest oder vermieden nähere Kontakte, aus Angst wieder verletzt zu werden.

„Ich wurde ziemlich enttäuscht von angeblichen Freunden. Deswegen zieh ich jetzt erst mal meins durch“ Pb3, m

„Ich hab das Gefühl, als wäre mein Werdegang in den Anfang 20ern klebengeblieben“ Pb1, w

Andere Probanden berichteten hingegen, teils auch trotz dieser Ereignisse, von einem sehr gut laufenden Leben, sowohl im Privaten wie auch im Beruflichen. Sie genossen

ihre Freiheit als Single, nutzten die Zeit für Hobbys und Freunde oder waren darauf bedacht ihre Probleme aktiv zu bewältigen.

„Ich will mich selbst finden, anstatt in anderen zu suchen“ Pb4, w

„Bei mir war schon immer viel los. Aber es ist guter Stress!“ Pb6, w

„Ich hab ein entspanntes Leben, mir geht's gut“ Pb2, m

Das Thema Liebe spaltete die Stichprobe im ähnlichen Maße. Zwei Probanden hatten bisher noch keine Beziehungserfahrung gemacht, während sich ein anderer in einer offenen Ehe befand. Ein weiterer Proband sprach sich ebenfalls für polygame Beziehungen aus. Besonders die weiblichen Probanden betonten ihr Interesse an anderen Frauen und gaben teils an, bereits in homosexuellen Beziehungen gewesen zu sein.

Einige Personen waren schon mehrere Jahre Single, während sich andere erst vor kurzer Zeit aus langjährigen Beziehungen getrennt hatten. Die vergangenen Beziehungen fanden teils sehr freundschaftlich ihr Ende, aber auch auf Grund von Gewalt, Untreue oder unterschiedlichen Zukunftsplänen. Einige User hielten noch an diesen Beziehungen fest oder befanden sich in der Verarbeitungsphase. Dementsprechend wurde das Dating-Leben nicht von allen Tinder-Usern genossen und bewusst aktiv ausgelebt, sondern stellte auch eine Art Ablenkung oder qualvollen Zwischenschritt vor dem Beginn einer neuen Beziehung dar. Die Materie wurde daher nur von einem Teil der Probanden locker und entspannt betrachtet. Einige verbanden sie auch mit schmerzhaften Gefühlen.

„Das ist jetzt wie ein zweiter Frühling. Meine Kumpels mit Frau und Kind beneiden mich um mein Rock'n Roll Leben. Aber am Ende des Tages ist man dann eben doch alleine zu Hause“ Pb10, m

„Liebe ist nicht planbar. In eine Beziehung bin ich bisher immer irgendwie reingestolpert.“ Pb5, m

Auch die Themen Ehe und Kinder wurden sehr divers aufgefasst. Während einige Probanden sich weder eine Beziehung, noch Ehe oder Kinder wünschen, hatten andere Nutzer teils sehr konkrete Vorstellungen und Wünsche bezüglich ihrer

Zukunft. Der einst vorgeschriebene Weg von Ehe, Haus und Kind schien aber eher eine Option, als ein Muss darzustellen.

„Auf keinen Fall Kinder! Dann weiß ich ja nicht `wird das jetzt ein Kevin?`“ Pb5, m

„Ich will Kinder, Haus, Hund und Weihnachtspostkarte! Das volle Programm!“ Pb8, w

„Heiraten ist so einfach und Scheidungen so teuer..“ Pb6, w

Entsprechend der jeweiligen Einstellung, wurde der weitere Verbleib auf Tinder sehr unterschiedlich bewertet. Während es von einigen als auch zukünftig schöner Zeitvertreib bewertet wurde, empfanden es andere User als Entwicklungsstillstand.

„Wenn ich in 5 Jahre noch auf Tinder wäre, dann hätte ich versagt“ Pb10, m

Dementsprechend bestand bei einigen Probanden auch die Angst, nicht an das eigentlich erhoffte Beziehungsziel zu gelangen. Auf Grund der empfundenen Schnelligkeit und des Optimierungsstrebens, erzeugte dies bei einigen Probanden einen zusätzlichen Druck.

„Nach 2 Jahren Singe-Sein zweifelt man schon ein bisschen an sich..“ Pb3, m

„Ich hab das Gefühl, dass alles immer schneller wird und ich da einfach nicht mithalten kann“ Pb1, w

3. Dating-Plattformen/Apps

Den Probanden waren nur wenige Dating-Plattformen neben Tinder bekannt. Tinder wurde als Monopol wahrgenommen, das auf Grund seines Konzepts zwar als austauschbar, aber aktuell einzigartig wahrgenommen wurde. Zu den bekannten Dating-Plattformen und Apps gehörten Spotted, Once, joyclub, OKcupid, Parship, lovoo, finya und ElitePartner. Einer der Probanden nutzte aktiv drei verschiedene Anbieter, vier weitere Probanden gaben an, bereits andere Apps wie Once, Lovoo und Spotted ausprobiert zu haben. Diese hatten ihnen allerdings entweder nicht zugesagt oder es hatten sich Beziehungen aus den dort geknüpften Kontakten entwickelt.

„Spotted ist für alles und nichts! Da gibt's weniger Leute und die Ansprüche sinken dementsprechend direkt“ Pb1, w

Partnervermittlungen wie ElitePartner und Parship wurden hingegen einer älteren Zielgruppe mit ernsteren Absichten zugeordnet. Diese Art von Dating-Plattform wurde allerdings mit einem geringeren Userangebot verbunden.

„Parship ist die Gehhilfe der älteren Generation“ Pb5, m

4. Tinder

4.1 Allgemein

Die ersten Assoziationen mit Tinder waren Begriffe wie Einfachheit, Oberflächlichkeit oder Lückenfüller. Die App wurde als Möglichkeit wahrgenommen, um auf bequeme Weise Leute kennenzulernen und sich auszuprobieren. Tinder wurde auf der einen Seite zwar belächelt und die eigene Nutzung heruntergespielt, wirkte auf der anderen Seite aber auch spannend und anziehend. Sie wurde mit einem Clubbesuch oder Speeddating verglichen und stellte somit für viele eine Plattform dar, auf der alles offen und möglich erschien.

Das Image der App als „Fickbörse“ wurde hingegen nur von wenigen bestätigt.

Während der Erzählungen wirkte allerdings trotz der vielen positiven Aspekte, kaum einer der Probanden wirklich begeistert. Die Beschreibungen blieben distanziert und objektiv, als wären sie emotional gar nicht wirklich involviert.

„Tinder ist nicht so schlecht wie sein Image. Jeder kann frei entscheiden, was er daraus macht“ Pb6, w

„Mit Tinder ist man sich körperlich nah, aber seelisch nicht“ Pb2, m

„Tinder lebt von den paar Unverbrauchten, die es am Laufen halten“ Pb3, m

Die App wurde von vielen Usern als unterhaltsamer Zeitvertreib beschrieben, dem kein großer Stellenwert im Alltag eingeräumt wurde. Allerdings zeigte sich während der Interviews immer wieder, wie viel Zeit und Energie letztlich doch in die Nutzung einfluss. Dies wollten sich aber viele Probanden nur schwer eingestehen. Da Tinder nicht die Ernsthaftigkeit und Seriosität von Partnervermittlungen wie ElitePartner

zugeschrieben wurde, hinterfragten die User ihre Nutzung häufig nicht weiter und taten sie als lustigen Zeitvertreib ab. Gleichzeitig merkte man einigen Probanden deutlich an, dass sie dieses Argument nur als Ausrede nutzten, um ihre wirkliche Motivation zu verbergen.

„Tinder ist wie ein lästiger Terrier. Man will ihn eigentlich abstoßen, aber es geht nicht“ Pb1, w

„Tinder ist alltäglich wie die DB-App. Wenn ein Spiel langweilig wird, dann wischt man halt“ Pb3, m

Die Erfahrungen mit Tinder wurden als größtenteils positiv beschrieben. Dies lag allerdings nicht nur an den Dates selbst, sondern an der Leichtigkeit, wie auf Tinder mit schlechten Dates, auf Grund des anderen Aussehens oder Charakters, umgegangen wurde. Da die Treffen sehr unverbindlich und schnell zu Stande kamen, konnten auch negative Erfahrungen im Nachhinein als positiv gewertet werden.

„Und wenn es scheiße ist, dann ist es halt ne gute Story für die nächste Party“ Pb8, w

Die Suche auf Tinder nach etwas Ernstem wurde von den meisten als utopisch empfunden oder belächelt. Gleichzeitig merkte man einigen Usern aber auch an, dass sie eigentlich darauf hoffen, jemanden für eine Beziehung kennenzulernen, sich aber hinter dem spaßigen Image von Tinder verstecken.

„Ach ich wisch halt so rum. Wär ja witzig jemanden kennenzulernen der korrekt drauf wäre..“ Pb2, m

Als besonders positiv wurde an der App die große User-Auswahl wahrgenommen und die Einfachheit diese kennenzulernen. Negativ schien hingegen die Oberflächlichkeit, die sich auf Grund der geringen Informationen des Profils ergab. So blieb das Gefühl bestehen, dass die Personen nur auf unzureichender Grundlage ausgewählt werden konnten und somit eigentlich interessante Menschen verpasst bzw. unpassende User ausgewählt wurden.

„Das ist nicht mehr als eine Fingerbewegung. Da spart man sich glatt den Clubeintritt“ Pb8 *„Fotos ersetzen kein Gespräch“* Pb1, w

„Ein blödes Zitat ist besser als nichts. Dann weiß ich wenigstens, dass sie mir sicher nicht gefällt“ Pb2, m

4.2 Nutzungsmotivation

Tinder wurde häufig in emotional schwachen Momenten heruntergeladen. Besonders oft wurden Trennungen angeführt, aber auch die Unsicherheit über die eigenen Sexualität, das unerfüllte Bedürfnis nach körperlicher Nähe oder das Gefühl von Einsamkeit. Bei den männlichen Probanden spielte auch der Gruppendruck eine Rolle. In mehreren Situationen installierten sich die Männer gemeinsam mit Freunden die App, wobei sie sich dem Gruppenzwang hingaben.

Die Installation war mit der Erwartung und Hoffnung verbunden, über Tinder Erfahrungen sammeln zu können, sich von Problemen, dem Expartner oder der Einsamkeit abzulenken und mit Hilfe der Aufmerksamkeit das angekratzte Ego zu stärken. Aber auch das Finden eines Partners, die Suche nach unverbindlichem Sex, Neugier und der Gaming-Charakter der App stellten Motivatoren dar.

„Überall wo mein Ex an mir war, muss wer anderes drüber, damit ich über ihn hinwegkomme“ Pb8, w

„Lädst du mal eben runter und machst dich drüber lustig“ Pb5, m

„Falls die Typen ausgehen, bekomm ich da Nachschub“ Pb6, w

Die Stimmung während der Installation wurde besonders beim gemeinsamen Herunterladen in einer Gruppe als aufgeregt und spaßig beschrieben. Die Probanden die sich die App alleine herunterluden, empfanden sie allerdings auch als traurig und verzweifelt, erhofften sich aber durch sie einen Neuanfang.

Die Sorge auf der App von Bekannten entdeckt zu werden war nahezu nie gegeben. Alle Probanden nutzten den spaßigen Deckmantel der App, durch den sie ihre Anwesenheit verharmlosen konnten und nicht so wirkten als *„hätte man es nötig“*.

„Bei Tinder weiß man, man ist gleich“ Pb6, w

4.3 Profilerstellung

Die Profilerstellung kostete die Probanden, je nachdem wie wichtig ihnen eine hohe bzw. passende Matchquote war, zwischen fünf und dreißig Minuten. Besonders schnell wurde sich für den Suchumkreis, das Geschlecht und eine Altersspanne entschieden. Hierbei fiel auf, dass der Suchumkreis bei nahezu keinem der Probanden über 30km betrug, da sie alle das Ziel hatten, sich möglichst zeitnah mit einem Date treffen zu können.

Alle Nutzer wählten Fotos aus, auf denen sie sich selbst gut gefielen. Zusätzlich wurde sich für Fotos und Texte entschieden, die ihren Charakter auf eine gewünschte Art darstellten, bestimmte Leute ansprechen sollten oder eine gute Brücke für ein erstes gemeinsames Gesprächsthema boten. Fotos und Texte, die auf negativ empfundene Charakterzüge schließen ließen, wurden hingegen bewusst ausgelassen. Das eigene Profil stellte somit die erste Filtertechnik im Auswahlprozess dar.

„Das Bild ist ein Hundetyp-Statement. Frauen die Katzen mögen können gleich abhauen“ Pb5, m

„Ich würde nie ein Fitnessstudio-Foto posten. Ich will nicht als Fuckboy gesehen werden“ Pb2, m

Das erste Foto wurde als das wichtigste Bild wahrgenommen, da es die Aufmerksamkeit des anderen Users erreichen musste und so den Match-Erfolg erheblich mitbestimmte. Alle Probanden tauschten mit der Zeit ihre Fotos aus oder veränderten die Reihenfolge, um so entweder sicherzustellen, dass die Fotos dem aktuellen Aussehen entsprachen oder um ihre Erfolgchancen zu erhöhen.

„Ich will verschiedene Facetten zeigen, um verschiedenen Leute zu triggern und sie abzugreifen“ Pb10, m

Mit den Fotos und Texten wurde aber nicht nur für sich geworben, sondern gleichzeitig provoziert und manipuliert. Es schien, als wollten die Probanden zwar einen guten Eindruck hinterlassen, dabei aber gleichzeitig die Kontrolle behalten wollen. Die Fotos und Texte wurden daher so ausgewählt, dass die Intention für die Tinder-Nutzung locker und spaßig wirkte, auch wenn dies in einigen Fällen nicht der Realität entsprach. Die Probanden wirkten, als ob sie versuchten sich hinter einer

unverletzlich wirkenden Maske zu verstecken und dabei die andere Person zu demaskieren.

Je nachdem welches Motiv die Probanden verfolgten, wurden Bilder ausgewählt, die der Person wirklich entsprachen oder aber eine geschönte, jüngere oder dünnere Version darstellten. Bei den Textangaben wurden teils zusätzlich falsche Angaben gemacht, indem bspw. eine andere Größe oder ein anderer Beruf angegeben wurde. Gleichzeitig wurde von ebendiesen Probanden eine realistische Darstellung des Gegenübers erwartet.

„Ich hab mal eine Zeit lang drinstehen gehabt, dass ich Arzt wäre. Das hat richtig geboomt“ Pb3, m

„Wenn die dann ganz anders aussieht beim Date denk ich mir schon `spiel doch mit offenen Karten`“ Pb3, m

„Ich könnte niemals spontan ein Date haben. Ich brauch erst mal drei Tage Vorlaufzeit, damit ich mich so präparieren kann wie auf den eingestellten Fotos!“
Pb1, w

4.4 Verwendungsverhalten

Die Nutzung begann bei allen Probanden meist hoch euphorisiert, auf Grund der vielen, schnellen Matches und empfundenen Erfolge. Tinder hatte etwas rauschartiges und führte dazu, dass die App immer wieder geöffnet, User nach rechts und links gewischt und mit Matches geschrieben wurde. Jedes Profil wurde sich detailliert angesehen und neue Matches, besonders von den männlichen Probanden, direkt kontaktiert.

„Krass. Es gibt Frauen die auf mich stehen!“ Pb9, m

Diese anfängliche Euphorie nahm allerdings bei allen Probanden innerhalb kurzer Zeit ab. Durch die große, teils überfordernde Masse der Matches wurden die Kontakte austauschbar. Es wirkte, als würde die einst als positiv wahrgenommene Auswahlmöglichkeit schnell in Unübersichtlichkeit und Beliebigkeit kippen.

„Damit ich die auseinanderhalten kann, nenn ich die dann zum Beispiel Anna Lindenthal oder Linda Düsseldorf“ Pb3, m

„Tinder ist so oberflächlich, dass es bei vielen auf den ersten Blick passen könnte“
Pb9, m

„Das Interesse nimmt ab, weil das Bedürfnis nicht sofort gefüttert wird“ Pb7, w

Um der großen Masse der Möglichkeiten Herr zu werden, entwickelte jeder Proband ein individuelles Auswahlmuster, mit dem er nun gezielt die für ihn passenden User herausfiltern konnte. Das Wischen und somit die Entscheidung für oder gegen eine Person, erfolgte dabei meist reflexartig im Millisekunden-Takt. Viele Probanden sahen sich dafür nur das erste Profilbild an oder gingen nach bestimmten Kriterien vor, die ein Profil erfüllen musste. Die Frauen wählten ihre Matches dabei sehr viel kritischer aus als die männlichen Probanden. Jeder entschied sich dabei nach individuellen Vorlieben für oder gegen einen User. Soweit näheres Interesse oder Unsicherheit bestand, wurden die Profilinformationen und weiteren Bilder für die Entscheidung hinzugezogen. Dabei besaß neben dem Aussehen, auch die Profildarstellung einen Einfluss. Hier wurde bspw. überprüft, inwiefern der visuelle Eindruck, dem Text, dem Lied oder der Instagram-Darstellung entsprach und ob dies zur eigenen Person passte.

„Alles was über 1,90m ist bekommt sowieso ein Like“ Pb1, w

„Das muss runder Eindruck sein, der Text und die Bilder müssen zueinander passen“ Pb5, m

Nachdem bereits durch die eigene Wischentscheidung eine erste Auswahl vorgenommen wurde, wurde die Auslese im Kontaktaufbau weiter fortgeführt. Die männlichen Probanden mussten besonders häufig den ersten Schritt des Kennenlernens vornehmen. Zwei von ihnen gaben an, sich dafür im Internet über Tricks und Kniffe informiert zu haben, die ihren Erfolg erhöhen sollten. Da fast alle Männer die Erfahrung gemacht hatten, dass sie zu Beginn der Nutzung trotz des individuellen Anschreibens nur wenig Rücklauf erhielten, entwickelten sie mit der Zeit verschiedene vorgefertigte Texte oder Eingangssätze, bei denen sie jeweils auf die Person abgestimmte Satzteile veränderten. Einige weibliche Probanden ließen sich hingegen ausschließlich anschreiben und filterten ihre Matches so aus.

„In dem Forum stand, man soll beim Anschreiben Bezug nehmen auf die Bilder oder Texte. Das hat echt gut funktioniert“ Pb10, m

„Nur die Männer die mich anschreiben, kommen überhaupt in die engere Auswahl. Aber wenn die dann nur 'Hallo, wie geht's?' schreiben, lösche ich die direkt.“ Pb1, w

Der erste Kontakt auf Tinder wurde meist als langweiliger und immer gleicher Smalltalk beschrieben, der besonders mit der Zeit lästig werden konnte. Viele Probanden entwickelten Fragenkataloge, spielten mit der Sprache oder setzten verschiedenste Reize, um die User weiter auszufiltern oder einzuteilen. Da auf Grund der großen Match-Anzahl und Kontakten häufig die Übersichtlichkeit fehlte, wurde das Aufrechterhalten des Gesprächs häufig als Wettlauf gegen die Zeit beschrieben. Nahezu alle Probanden berichteten davon, dass sie sich schnell mit den Personen treffen wollten, sodass User die bspw. nicht bereit waren in kürzester Zeit zu Whatsapp zu wechseln, aussortiert wurden. Der Whatsapp-Auswahl wurde meist ein tieferer Einblick in den Alltag gewährt, sowie Sprachnachrichten und Fotos verschickt. Gleichzeitig diente der Kontakt ebenso der weiteren Auslese von, für sich passend erlebte, Personen. Dadurch verringerte sich die Anzahl der anfänglichen Kontakte zu denen, mit denen sich ein Date ergab deutlich. Es wirkte, als würde das Dating über Tinder einem Sprint gleichen, das keine Momente des Stillstands verkraftete.

„Ich hab das Gefühl, als würde mein Leben schneller laufen seitdem ich Tinder habe“ Pb2, m

„Wenn man z.B. eine Woche im Urlaub ist, kann locker der Kontakt einbrechen“ Pb6, w

„Ich hab fünf Töpfe in die die die Damen einteile. Freundschaft, Freundschaft Plus, Beziehung, Frau fürs Leben und Kundenakquise“ Pb3, m

Gleichzeitig waren viele User nicht bereit viel Zeit oder Geld in die Dates zu investieren. Sie wählten daher als Treffpunkte Orte in der Nähe ihres zu Hause aus und gingen mit ihren Dates spazieren, tranken einen Kaffee oder trafen sich mit weiteren Freunden. Für dieses Treffen wurde sich nur selten extra schön hergerichtet oder hohe Kosten auf sich genommen. Die Dates bekamen dadurch einen lockeren und unverfänglichen Charakter.

„Auf keinen Fall werde ich auch nur eine Minute nach Bonn fahren“ Pb9, m

„Das ist auch mal ein schneller Kaffee. Das ist unverbindlich und wenn es nicht passt, dann war es auch nie was“ Pb10, m

„Öfters Treffen ohne Sex ist Zeitvergeudung“ Pb6, w

Da sich die Personen bei diesem Date das erste Mal in der Realität sahen, entschied das Treffen über den Erfolg oder Misserfolg des bisherigen Kontaktes. Viele Probanden berichten von sehr abweichenden, enttäuschenden, aber auch sehr schönen und tiefgründigen Erlebnissen. Während dadurch einige Dates nach zehn Minuten beendet wurden, zogen sich andere über 24h hin und wurden mit Höhenflügen und tiefer, unerwarteter Verbundenheit beschrieben.

„Ich geh eigentlich immer mit einem Stahlen nach Hause“ Pb6, w

Während des Schreibens, aber auch im persönlichen Kontakt zeigte sich, dass sich die Probanden schnell von einer anfänglichen Unsicherheit befreien und immer offensiver ihre Grenzen austesteten. So zog eine Probandin direkt beim zweiten Date bei einem Mann ein, um zu sehen wie stark sie ihn provozieren konnte, bis er sie wieder rauswerfen würde. Eine andere Probandin öffnete gerne nur bekleidet im Bademantel die Tür, während ein anderer sich Challenges setzte wie „Vier in einer Woche“. Auch wurden neue sexuelle Erfahrungen, z.B. mit Pärchen oder Personen desselben Geschlechtes gesammelt, Dates unhöflich beendet oder Bezahlungen für Treffen verlangt. Einige männliche Probanden waren besonders erstaunt von der Offensivität der Frauen. Während sich einige von ihnen etwas Ernsteres wünschten, schienen viele weibliche Nutzerinnen nur auf spaßige Kontakte abzuzielen.

„Ich wollte mich einfach mit ihr auf ein Kölsch treffen und sie meinte, das kostet 500 Euro. Dafür ist dann aber auch alles inklusive, also die ganze Nacht“ Pb10, m

„Eigentlich wollten wir ins Kino, aber dann meinte ich zu ihm `deine Bahn fährt da unten, ich geh hier lang! Tschüß´“ Pb8, w

Da jeder User als austauschbar betrachtet wurde und alle Probanden mit mehreren Personen in Kontakt standen, wurde ein Kontaktabbruch auf Grund des eigenen Fehlverhaltens oder der Passungslosigkeit nicht als negatives Erlebnis gewertet. Es schien als sanken die Hemmschwellen auf Grund der Konsequenzlosigkeit des

Verhaltens innerhalb kürzester Zeit. Ein längerfristiges Bedauern hatte im schnellen Fluss der weiteren Möglichkeiten keinen Platz.

„Ich hab ja nichts zu verlieren, ich zieh mein Programm durch und wenn 's scheiße ist, dann trink ich halt“ Pb3, m

„Für mich ist jeder Mann austauschbar. Wieso sollte ich mit dem nochmal bumsen, wenn ich wen anders haben könnte“ Pb1, w

„Am Ende des Tages gibt's ja noch Tinder. Da warten noch die ganzen anderen, die alle noch wollen“ Pb8, w

Diese Offensivität im Kontakt schlug bei einigen allerdings auch in Übermut um, sodass die Handynummer sehr wahllos herausgegeben wurde oder weibliche Probanden unbekannte User zu sich nach Hause einluden.

„Ein Typ meinte mal, ich muss aufpassen, dass ich nicht zerstückelt im Rhein lande, wenn ich das so weiter mache“ Pb1, w

Während viele Probanden beim Date meist noch ihre schützende Maske aufbehielten und höflich miteinander umgingen, zeigte der Kontakt nach dem Date, wie beide Seiten das Treffen wirklich empfanden. Häufig fand ein harter Abbruch statt, indem sich entweder beide oder eine der Personen nicht mehr meldete. In anderen Fällen wurden ehrliche oder auch vorgeschobene Gründe genannt, die den Kontaktabbruch rechtfertigen sollten. Soweit beide Seiten aber weiterhin Interesse an dem anderen User hatten, wurde der Kontakt fortgeführt. Dass das Kennenlernen über Tinder erfolgte, rückte dabei sehr schnell in den Hintergrund und spielte für das weitere Miteinander keine Rolle mehr.

„Die Dates gingen schnell los und waren genauso schnell zu Ende“ Pb2, m

„Das man sich über Tinder kennengelernt hat vergisst man eigentlich sofort wenn man die Person das erste Mal gesehen hat“ Pb9, m

Nachdem sich bei den Probanden die erste Euphorie gelegt und Routinen etabliert hatten, waren typische Momente für die Appnutzung Situationen der Langeweile oder geistigen Unterforderung. Das Wischen diente als Ablenkung und Lückenfüller, bspw. während des Wartens auf die Bahn oder beim Kochen. Tinder wurde

allerdings auch bei Unzufriedenheit und emotionaler Schwäche genutzt und brachte Bestätigung und Aufmerksamkeit. Andere Probanden nutzten die App hingegen aktiv, da es das Kennenlernen von freundschaftlichen, sexuellen oder partnerschaftlichen Kontakten vereinfachte, ohne dass sie dabei über ihren Schatten springen oder sich anstrengen mussten.

„Tinder ist die Flucht vor dem echten Ansprechen“ Pb9, m

Auch während sich mit einer Person der Kontakt intensivierte, hielten nahezu alle Probanden noch Kontakt mit anderen Usern aufrecht. Es wirkte, als würden sich die Probanden eine Hintertür aufhalten bzw. sich nicht auf eine bestimmte Person festlegen wollen. Tinder diene hierbei als sichere Quelle der unerschöpflichen Auswahl, auf die man weiterhin zugreifen können wollte. Den Nutzern war dabei sehr bewusst, dass weder sie einen Exklusivitätsanspruch an eine Person stellen konnten, noch sie sich für die Parallelität ihrer Kontakte rechtfertigen mussten.

„Das ist legitim, dass die Mädels noch andere Typen haben. Da frag ich nicht nach. Ich habe auch gerade 7-8 nebenher“ Pb5, m

Viele User behielten Tinder letztlich länger, als sie es anfangs geplant hatten. So verblieben viele auf der Plattform auch nachdem sie sich sexuell ausgelebt, über ihren Ex hinweggekommen oder neue Menschen kennengelernt hatten. Die Probanden schienen den Zugriff auf eine Masse an Personen, die ihnen die Befriedigung von Bedürfnissen vereinfachte, nicht loslassen zu können.

Gleichzeitig schien das Festhalten bzw. sich im Kreis drehen auf Dauer auch sehr anzustrengen. Durch die Routine des Matchings, des Kontaktaufbaus und des Datings, hatten viele Probanden das Gefühl, abzustumpfen und die User nur noch zu konsumieren. Dabei wurden sie mit der Zeit immer wählerischer und gleichzeitig gleichgültiger bzgl. des Kontaktverlaufs. Das auf der Stelle treten wirkte mit der Zeit belastend und desillusionierend. Viele Probanden berichteten davon, mittlerweile nicht mehr nach Spaß und Abenteuer zu suchen, sondern nach etwas Echtem und Zielführendem. Dass sie dies auf Tinder nicht finden würden, schien vielen zwar objektiv logisch zu sein, dennoch blieb bei einigen die Hoffnung bestehen.

„Früher hatte ich ca. 3 Dates die Woche, aber jetzt ist die Luft raus“ Pb1, w

„Ich bleib noch auf Tinder aus Langeweile und vielleicht weil ich die leise Hoffnung habe, hier doch noch jemanden zu finden“ Pb2, m

„Ich konnte anfangs diese egal-Haltung beim Wischen nicht nachvollziehen, aber mit der Zeit war es bei mir ähnlich“ Pb4, w

„Ich bin nicht enttäuscht. Eher ernüchtert“ Pb10, m

5. Wrap-up

Die Interviews zeigten, dass die Ansichten, aufkommenden Emotionen und das Verwendungsverhalten von Tinder so heterogen waren, wie die User selbst. Diese Diversität spiegelte sich auch im Fazit der Probanden wieder. Während sich einige ihrer Nutzung sehr bewusst und mit ihr zufrieden waren, verstanden andere diese erst während des Gesprächs und wirkten geplättet, verärgert oder geschockt. Neben den zu Beginn genannten Vorteilen der App, wie bspw. die Einfachheit, der Spaß oder die Möglichkeit des Kontakteknüpfens, kristallisierten sich auch die Spannungen heraus. Tinder konnte anstrengend, langweilig und oberflächlich sein. Viele Probanden bemerkten während des Interviews, dass sie auch nach jahrelanger Nutzung immer noch am selben Punkt standen, wie zu Beginn.

„Mir ist jetzt erstmal aufgefallen wie oberflächlich und blöd diese App eigentlich ist. Vielleicht sollte ich das doch wieder deinstallieren..“ Pb2, m

„Ich werde jetzt mal ElitePartner ausprobieren. Tinder ist nichts für mich“ Pb10, m

Tinder besitzt demnach zwei klar voneinander trennbare Seiten. Zum einen weist die App positive Qualitäten auf, wie Spaß, Spannung, Unterhaltung, Bequemlichkeit, schnelle Bedürfnisbefriedigung, Unverbindlichkeit und Kontrollmöglichkeiten bei der Userauswahl. Auf der anderen Seite können diese Qualitäten aber, besonders mit dem Fortlauf der Zeit, ins Negative kippen. Sie schlagen um in Langeweile, Anstrengung, Oberflächlichkeit, Einsamkeit oder Enttäuschung.

5.2 Morphologische Analyse

Im Anschluss an die Ausarbeitung der vereinheitlichenden Beschreibung wurden die darin entdeckten Erkenntnisse und Phänomene den Polen des morphologischen Sechs-Ecks zugeordnet. Diese erhielten entsprechend ihrer gegenstandsspezifischen Bedeutung eine neue Betitelung (siehe Anhang 7). Im Folgenden wird die Wirkungsstruktur des Sechs-Ecks erläutert und dabei die einzelnen Ecken mitsamt ihrer Bedeutungen präsentiert. Dabei sollen diese nicht als einzelne isolierte Pole betrachtet werden, sondern immer in Verbindung mit ihrem Gegenspieler und dem Gesamtzusammenhang betrachtet werden.

5.2.1 Wirkungsstruktur des Gegenstandes Tinder

Während der Analyse zeigte sich, dass der Spannung zwischen der Aneignungsseite „Interaktionsleichtigkeit“ und der Umbildungsseite „Kontakt-Unverbindlichkeit“ ein besonders großes Gewicht im Gesamtzusammenhang zukommt. Diese Spannung soll daher als Hauptspannung des Gegenstandes verstanden werden, an der sich der Gesamtzusammenhang aufzieht.

Der Zugang liegt auf der Aneignungsseite, der „Interaktionsleichtigkeit“. Die Motivation Tinder zu installieren, kommt den Usern in schwachen und unzufriedenen Situationen. Hierzu zählen bspw. die Trennung vom Partner, die dunkle, einsame Jahreszeit, der Gruppendruck oder das unerfüllte Bedürfnis nach körperlicher Nähe und sozialen Kontakten. Tinder bietet hierbei das Versprechen für einen lockeren und spaßigen Zugang zu einer Plattform mit vielen Menschen, der weder verzweifelt oder peinlich wirkt. Mit der App kann von zu Hause aus der sonst im realen Leben teils mühsam erarbeitete Kontakt ganz ohne Risiko einer Abfuhr aufgebaut werden. Es ist somit möglich, in seiner Komfort-Zone zu bleiben und dennoch gleichzeitig neue Kontakte zu knüpfen. Mit Leichtigkeit kann das erreicht werden, was im Alltag sonst viel Mut benötigt und nicht selten in einer Enttäuschung gipfelt.

Der Gegenstand erweitert sich anschließend über die Spannung der Anordnungsseite „Eignungskontrolle“ und der Einwirkungsseite „Erwachsenen-Spielplatz“. Die User können sich hierbei einem spielerischen Austausch hingeben, den sie jederzeit selbst

bestimmen können. Durch die „Eignungskontrolle“ ist es möglich, sich nach eigenen Wünschen die passenden User auszuwählen und den Kontakt somit selbstständig zu gestalten. Hierbei lässt Tinder den Nutzern freien Spielraum, um die in ihren Augen passenden Personen auszuwählen. Durch diese Kontrollfähigkeit können sich unterschiedliche Auslesemechanismen, Kategorisierungen von Usergruppen und Filtertechniken ausbilden.

Auf Basis dieser User-Auslese kann sich auf der Einwirkungsseite „Erwachsenen-Spielplatz“ über die hier entstehende Interaktion aktiv ins Dating-Leben eingebracht und Grenzen ausgetestet werden. Es ist möglich mit Sprache, Bildern oder der Profildarstellung zu experimentieren und Reize zu setzen. Wie bei einem Kartenspiel halten die Nutzer dabei ihr eigenes Blatt verdeckt und versuchen gleichzeitig, den anderen aus der Reserve zu locken. Auf Grund der Austauschbarkeit der Kontakte wird es möglich, sich Neues zu trauen und offensiv und spielerisch auf das Gegenüber einzugehen.

Der Gegenstand entfaltet sich schließlich über die Spannung der Ausrüstungsseite „Prozess-Abkürzung“ und der Ausbreitungsseite „Trieb-Entfesselung“. Hierbei zeigt sich, welche Extreme die Nutzung auf Grundlage des simplen Konzeptes annehmen kann.

Die Ausrüstungsseite „Prozess-Abkürzung“ stellt die Einfachheit Tinders auf Basis seines simplen Konzeptes dar. Bereits die Anmeldung erfordert nur wenige Schritte und einen geringen Zeit-, Geld- und Energieaufwand. Durch einfaches Wischen nach rechts und links ist es möglich, sich innerhalb weniger Sekunden für oder gegen eine Person zu entscheiden und mit ihr in Kontakt zu treten. Anstatt den gewöhnlichen Aufwand betreiben zu müssen, um eine Person kennenzulernen, bietet Tinder den bequemen Short-Cut zum Ziel der „Trieb-Entfesselung“.

Die Ausbreitungsseite „Trieb-Entfesselung“ steht für die hemmungslose Bedürfnisbefriedigung, die mit Hilfe der App erreicht werden kann. Mit nur einem Klick lässt es sich in eine Parallelwelt eintauchen, in der man auf Gleichgesinnte trifft und sich auf jegliche Art ausleben kann. Egal ob nach Sex, Aufmerksamkeit oder Unterhaltung gesucht wird, auf Tinder lassen sich alle Bedürfnisse konsequenzlos erfüllen. Auf Grund des endlosen User-Nachschubs kann sich die Nutzung zu einem suchartigen Rausch entwickeln. Die Seite der „Trieb-Entfesselung“ ist dabei als Steigerung der Einwirkungsseite „Erwachsenen-Spielplatz“ zu verstehen. Abhängig vom Motiv der User nimmt der Verlauf und das

Ausmaß dieses Poles unterschiedlich starke Formen an. Eine Person, die Tinder bspw. hauptsächlich auf Grund von schnellem Sex nutzt, kommt stärker in die rauschartige und hemmungslose Verfassung als Nutzer, die soziale Kontakte oder einen festen Partner suchen.

Das Konstrukt des Sechs-Ecks findet seine Ergänzung über die Umbildungsseite „Kontakt-Unverbindlichkeit“. Diese präsentiert die ungebundenen Qualitäten, die mit der App gelebt werden können. Im Kontakt mit anderen Usern müssen keine Pflichten eingegangen werden, sodass jederzeit ohne Rechtfertigung der Ausstieg aus einer Bekanntschaft möglich ist. Dazu bestehen keine Exklusivitätsansprüche an das Gegenüber, sodass jeder User zeitgleich mit mehreren Personen in Beziehung stehen kann. Dadurch behalten die Verhältnisse einen losen und schwammigen Charakter, sodass viele Begegnungen sich verlaufen oder abrupt enden.

Die Spannung zwischen der Aneignungsseite „Interaktionsleichtigkeit“ und der Umbildungsseite „Kontakt-Unverbindlichkeit“ ermöglicht, dass Nutzer mit Leichtigkeit in Kontakt treten können, ohne sich auf ihr Gegenüber einlassen oder ihre eigene Gestalt verändern zu müssen. Dadurch werden die User weder gezwungen, sich wirklich mit dem anderen Nutzer noch mit sich selbst auseinanderzusetzen.

Soweit das Kennenlernen die User an ihre Grenzen bringt und bspw. zu nah wird, hält die App eine Hintertür offen, um locker aus dem Kontakt aussteigen zu können und mit einem anderen User neu zu beginnen. Somit können die User in ihrer Komfort-Zone bleiben, verhindern damit aber auch ihre Weiterentwicklung (siehe Anhang 8). Ein Bild, das diese Wirkung passend vermittelt, ist das einer Endlosschleife. Dabei befinden sich die User meist nicht nur an einem Punkt des Kreislaufes, sondern auf Grund der Parallelität von Kontakten an vielen verschiedenen.

Die Einstiegsfantasie, ohne Aufwand, Konsequenzen und Risiko mit ausgewählten Personen in Beziehung zu treten, sich auszutesten und Triebe ausleben zu können, begeistert die User besonders zu Beginn. Tinder dient dabei unter anderem als Entwicklungsbeschleuniger, Auslesewerkzeug und Beziehungersatz. Der Gegenstand drängt die User hierbei nicht dazu, sich für das Single-Leben oder eine Beziehung zu entscheiden. Stattdessen können die Vorteile beider Seiten in einer Art Dauerübergang genossen werden. Die Nutzer können hierbei immer wieder schnell

erreichbare Bedürfnisse, wie das der Aufmerksamkeit, körperlicher Befriedigung oder Ablenkung erreichen.

Auf der anderen Seite kann diese Endlosschleife der Verwendung aber auch zur Desillusionierung, Ärger oder Enttäuschung führen. Nachdem der erste Schwall hoher Euphorie abgeklungen ist, können sich Gefühle der Einsamkeit, Langeweile oder Anstrengung einstellen. Durch die emotionale Distanzwahrung fehlt die wirklich berührende Nähe, durch die Konsequenzlosigkeit des Handelns geht die Spannung verloren und durch den häufig anfänglich entstehenden Rausch im Meer der Möglichkeiten, beginnt der Kontakt stressig und überfordernd zu werden. Der Kreislauf des immer wieder neuen Austestens wird zur lästigen Tretmühle, in der sich trotz des Aufwandes keine wirklichen Veränderungen an der eigenen Lebenslage erkennen lassen.

Besonders Nutzer, die sich eine Beziehung oder verbindliche Kontakte wünschen, werden an diesem Punkt des Verwendungsprozesses meist enttäuscht. Ob Tinder dennoch weiter verwendet oder deinstalliert wird, hängt meist von der verbliebenen Hoffnung ab, auf der App doch noch Erfolg haben zu können.

5.2.2 Einfluss von Motiv, Verwendung und Beziehungsleben

Während der Interviews konnten ausdrücklich genannte und unterschwellig beschriebene Motive der Tinder-Nutzung aufgedeckt und zusammengefasst werden (siehe Anhang 9). Hierbei zeigte sich, dass einige der angeführten Motive von den impliziten Motiven ablenken sollten, zum Teil aber auch mit ihnen übereinstimmten. Um die Probanden entsprechend ihrer Nutzungsmotive und ihres Verwendungsverhaltens charakterisieren zu können, wurden sie in die drei Typen „Kontinuierlicher Abschöpfer“, „Zeitweiliger Auskoster“ und „Desillusionierter Suchender“ unterteilt (siehe Anhang 10). Hierbei wurde der Einfluss der Nutzungsmotive auf das Verwendungsverhalten analysiert und die Wechselwirkung des Beziehungslebens aufgedeckt.

Der Typus „Kontinuierlicher Abschöpfer“ genießt seine Freiheiten als Single und sieht das Schließen von engeren Kontakten als eine Option, nicht aber als ein Muss an. Für ihn stellen die lockeren und unverbindlichen Verhältnisse auf Tinder eine optimale Möglichkeit dar, um zwar eine gewisse Aufmerksamkeit und Intimität zu

spüren, dabei aber jegliche Einschränkungen im Handeln zu umgehen. Beziehungen können das Leben bereichern, sind allerdings nicht essentiell notwendig, um glücklich zu sein. Modelle wie die monogame Ehe oder die klassische Familie wirken für den „Kontinuierlichen Abschöpfer“ einengend und stellen höchstens in ferner Zukunft eine mögliche Option dar. Die von diesem Typ genannten Motive wie unverbindliche sexuelle Kontakte finden, interessante Menschen kennenlernen, sexuelle Erfahrungen sammeln, die eigene Sexualität verstehen oder Unterhaltung stimmen mit seinen impliziten Motiven überein. Er präsentiert sich auf seinem Profil verhältnismäßig ungeschönt und wählt potenzielle Kontakte recht unüberlegt und unkritisch aus. Das persönliche Kennenlernen läuft meist schnell auf körperliche Handlungen hinaus. Zwar werden einige parallel laufende Kontakte längerfristig aufrechterhalten, reduzieren sich dabei aber auf die sexuelle Komponente. Die Beendigung eines Verhältnisses wird fast schon gleichgültig hingenommen und die Verwendung mit anderen Nutzern weiter fortgeführt. Die Nutzungsmotive des „Kontinuierlichen Abschöpfers“ spiegeln sich dabei in seinem Verwendungsverhalten wieder und stimmen gleichzeitig mit seiner Einstellung zum Beziehungsleben überein.

Der „Zeitweilige Auskoster“ ist erst seit Kurzem Single und lebt nun seine neu gewonnene Freiheit aus. Er ist mit seiner jetzigen Situation als Alleinstehender nicht richtig zufrieden, fühlt sich aber aktuell nicht bereit, eine neue Beziehung einzugehen. Tinder wird daher als eine Art Lückenfüller genutzt. Dabei geht es diesem Typen ähnlich wie dem „Kontinuierlichen Abschöpfer“ nicht darum, eine neue Beziehung zu finden, sondern die positiven Qualitäten des Miteinanders zu genießen, ohne sich einer Person zu verpflichten oder sie emotional an sich heranzulassen. Langfristig möchte dieser Typ aber wieder eine verbindliche und ernsthafte Partnerschaft eingehen, heiraten und eine Familie gründen.

Gegenwärtig wünscht sich der „Zeitweilige Auskoster“ hauptsächlich Ablenkung von seiner letzten Beziehung, Aufmerksamkeit, Zuneigung und Nähe. Er versteckt sich aber meist hinter Nutzungsmotiven wie Unterhaltung oder dem Finden von unverbindlichen sexuellen Kontakten. Auf seinem Profil und im persönlichen Kontakt versucht er möglichst unnahbar und locker zu wirken. Dafür stellt er reizvolle, attraktive Bilder auf seinem Profil ein, präsentiert sich lässig, aber bleibt dabei distanziert. Dieser Typ lässt sich immer wieder auf sexuelle Kontakte ein, die allerdings nicht als erfüllend wahrgenommen werden. Die impliziten

Nutzungsmotive und das Verwendungsverhalten stimmen dementsprechend meist nicht miteinander überein. Stattdessen bestimmen die vorgetäuschten Motive sein Handeln. Das gegenwärtige Verwendungsverhalten widerspricht seinen eigentlichen Zukunftsplänen und seiner Sicht auf das Beziehungsleben. Der innere Konflikt führt daher langfristig zur Deinstallation der App oder einem den impliziten Motiven entsprechenden Verwendungsverhalten. Dieser Typ wird somit langfristig durch die Wirkung des Beziehungslebens zu einer veränderten App-Verwendung getrieben.

Der „Desillusionierte Suchende“ kann als eine Art Weiterentwicklung der vorherig vorgestellten Typen verstanden werden. Seine anfängliche Motivation auf Tinder spannende Erfahrungen zu machen, wurde bereits erfüllt. Mit dem Verlauf der Zeit bemerkt dieser Typus allerdings, dass ihn das oberflächliche Dating nicht zufriedenstellt und er sich nach tiefergehender, emotionaler Nähe und einer langfristigen, verbindlichen Beziehung sehnt. Das anfangs geschätzte Single-Leben wird zu einem ungeliebten Lebensumstand. Er wünscht sich einen lebenslangen Partner zu finden, den Bund der Ehe einzugehen und eine Familie zu gründen. Sein implizites Motiv, auf Tinder einen Partner zu finden, äußert er allerdings nicht direkt und versteckt sich hinter Motiven wie Unterhaltung, interessante Menschen kennenlernen und Neugier. Gleichzeitig deutet er seine wirklichen Intentionen aber unauffällig an. Er gestaltet sein Profil sehr solide, indem er bspw. alltagsnahe, freundliche Fotos auswählt, sich mit seinen Dates nur tagsüber trifft und schnelle körperliche Kontakte vermeidet. Dieser Typ wählt die Nutzer kritisch aus und geht in der Interaktion schnell auf eine persönliche und nahbare Ebene. Der „Desillusionierte Suchende“ scheint zwar rational nicht daran zu glauben, auf Tinder die große Liebe finden zu können, besitzt aber dennoch eine letzte Hoffnung und verbleibt daher auf der App. Die impliziten Nutzungsmotive beeinflussen somit das Verwendungsverhalten des „Desillusionierten Suchenden“ und spiegeln seine Einstellung zum Beziehungsleben wieder.

Zusammenfassend kann somit aufgezeigt werden, dass die Nutzungsmotive das Verwendungsverhalten je nach Typus unterschiedlich beeinflussen. Dabei bestimmen nicht immer die impliziten, sondern die vorgegebenen Motive das Verhalten. Langfristig besitzt allerdings die Einstellung zum Beziehungsleben ein so großes Gewicht, dass sie eine veränderte Verwendung bewirkt.

5.2.3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Der Gegenstand Tinder stellt ein komplexes Wirkungsgefüge dar, das verschiedenste Menschen durch seine positiven Qualitäten reizt und zur Nutzung verlockt. Es verspricht Spaß, Einfachheit, eine große User-Auswahl, Unterhaltung und schnelle Bedürfnisbefriedigung. Es besteht die Hoffnung, hier bspw. eine vergangene Beziehung zu verarbeiten, sexuelle Erfahrungen zu sammeln oder neue Menschen kennenzulernen, mit denen man die Single-Phase überbrücken und ausleben kann.

Die App bietet dabei eine einfache Möglichkeit, um auf lockere Art und Weise mit anderen Personen in Kontakt zu treten, ohne sich zu sehr auf eine spezifische Person einlassen zu müssen oder sich verletzlich zu machen. Durch individuelle Auswahlmechanismen können die Nutzer selbst kontrollieren, mit wem genau sie in Kontakt treten möchten. Beim Kennenlernen dieser ausgewählten User haben sie schließlich die Chance, sich auszuprobieren, Grenzen auszutesten und aktiv am Dating-Leben teilzunehmen. Durch die Austauschbarkeit der Nutzer fallen dabei die Hemmungen im Umgang miteinander. Somit birgt auch der Kontaktabbruch auf Grund des eigenen Fehlverhaltens keinen wirklichen Verlust. Durch das simple Konzept der App kann mit nur wenigen Fingerbewegungen Ersatz gefunden werden, ohne dass dafür viel Energie, Mut oder Geld aufgebracht werden müsste. Das Austesten und Überschreiten von Grenzen wie auch das Spielen mit Reizen kann letztlich in einer rausch- und suchartigen Nutzung gipfeln. Die App bietet den Zugang zu einer Welt, in der jegliche Bedürfnisse erfüllt werden können. Aufkommende Probleme mit anderen Nutzern müssen nicht gelöst oder innere Konflikte bewältigt werden, da Tinder auf Grund des unverbindlichen Charakters die Option des Kontaktabbruchs offen hält.

Dieser Prozess des Kontaktaufbaus, Austestens und Abbrechens wird zeitgleich mit vielen verschiedenen Usern durchlaufen. Wie in einer Endlosschleife probieren sich die Nutzer dabei immer wieder erneut aus. In diesem Dauerübergang zwischen den Gegensätzen Single-Leben und Beziehung können sie jegliche Vorteile beider Seiten nutzen und gleichzeitig sämtliche Nachteile umgehen. Die Wirkungsstruktur Tinders drängt den User weder zur Entscheidung für die eine, noch für die andere Seite. Besonders zu Beginn der Verwendung werden diese Qualitäten sehr geschätzt. Tinder dient als Entwicklungsbeschleuniger oder Beziehungersatz und schützt gleichzeitig vor schmerzlichen Erfahrungen, die einen an die eigenen Grenzen

bringen. Im Verlauf der Zeit kippen die vorher als positiv wahrgenommenen Qualitäten allerdings ins Negative. Tinder wird anstrengend und langweilig. Die anfängliche Erwartung, hier seine Bedürfnisse nach Nähe, Sex oder Aufmerksamkeit befriedigen zu können, hält nur für kurze Zeit an und muss immer wieder durch weitere Kontakte erneut gestillt werden. Die Nutzer fühlen sich in einem sich unaufhörlich drehenden Hamsterrad gefangen, das sie zu keiner nennenswerten Weiterentwicklung führt.

Dieser Prozess wird in Abhängigkeit von den Nutzungsmotiven und der Einstellung zum Beziehungsleben in unterschiedlicher Weise ausgelebt und bewertet. Probanden, die Tinder hauptsächlich wegen der unverbindlichen sexuellen Kontakte nutzen, verwenden die App meist mehrere Jahre. Sie spielen mit ihren Reizen, haben viele parallele sexuelle Partner und probieren dabei Neues aus. Da sie weder eine monogame Beziehung, Ehe oder die Gründung einer Familie anstreben, wird Tinder als akzeptable Langzeitlösung aufgefasst. Das Nutzungsmotiv, das Verwendungsverhalten und die Einstellung zum Beziehungsleben sind im Einklang miteinander.

Personen, die Tinder nach Beendigung einer Beziehung installieren, suchen hier nach Möglichkeiten ihren Expartner zu vergessen und sehnen sich nach Aufmerksamkeit, Nähe und Zuneigung. Zwar nutzen auch sie die neu gewonnene Freiheit des Single-Lebens, um sich auszuprobieren und Grenzen auszutesten, wollen sich langfristig aber wieder binden, da sie das Ziel einer festen Partnerschaft und Familiengründung verfolgen. Da das Verwendungsverhalten auf Tinder allerdings nicht den eigentlichen Zukunftszielen entspricht, geraten sie langfristig in einen inneren Konflikt. Sie deinstallieren die App oder passen das Verwendungsverhalten ihren impliziten Motiven an.

Probanden, die erhoffen auf Tinder einen Partner zu finden, nehmen das aktuell geführte Single-Leben als ungewollt geführte Lebensform wahr. Dementsprechend wird die Verwendung von Tinder verhältnismäßig seriös betrieben. Die Unverbindlichkeit der App spielt dabei gegen die Intentionen der Nutzer, sodass sie häufig frustriert und erfolglos bleiben. Ihrem Wunsch nach einer Beziehung, späteren Ehe und Familiengründung kommen sie mit Hilfe der App nur selten näher. Das Nutzungsmotiv und die Einstellung zum Beziehungsleben beeinflussen das Verwendungsverhalten dabei in dieselbe Richtung.

6. Fazit

In dieser Arbeit konnte aufgezeigt werden, dass das Beziehungsleben in der westlichen Gesellschaft einem sichtbaren Wandel unterliegt. Während klassische Ehegemeinschaften immer seltener werden, sind Patchwork-Familien, alleinerziehende Mütter oder uneheliche Lebensgemeinschaften immer häufiger anzutreffende Lebensformen. Im Zuge der Digitalisierung entstanden verschiedenste Online-Dating-Formen, die Menschen in dieser neuartigen Lebenssituation abholen. Die App Tinder stellt eine besonders bekannte und beliebte Dating-Plattform dar, die mittlerweile weltweit genutzt wird.

In dieser Studie wurde Tinder daher in den Fokus genommen und in seiner Tiefe analysiert. Mit Hilfe des Ansatzes der psychologischen Morphologie konnte auf die Erkenntnisse bisheriger Studien aufgebaut werden. Dafür wurden zehn zweistündige psychologische Tiefeninterviews mit jeweils fünf Männern und fünf Frauen durchgeführt.

Durch die psychologische Analyse konnte die Wirkungsstruktur des Gegenstandes Tinder ergründet werden. Hierbei stellte sich heraus, dass der Wirkungszusammenhang der App der einer Endlosschleife entspricht. Tinder gibt das Versprechen, dass man innerhalb seiner Komfort-Zone neue Kontakte knüpfen kann, ohne dabei das Risiko einer Abfuhr auf sich nehmen zu müssen. Durch die Filtermöglichkeiten und individuellen Auswahlmechanismen können die Nutzer selbst kontrollieren, mit wem sie in eine Interaktion treten möchten. In diesem selektierten Kontakt können sich die User ausprobieren und offensiv Grenzen austesten. Durch die Austauschbarkeit der User und die vielen Alternativen, wird es möglich sich neue Dinge zu trauen und Fehlschläge ohne Enttäuschung hinzunehmen. Mit Tinder wird Dating bequem, schnell und risikoarm. Wie eine Abkürzung bringt es einen zu einem Ziel, das sonst viel Mut, Zeit und Geld erfordert hätte. Diese Vereinfachung und Schnelligkeit kann in eine sucht- und rauschartige Verwendung gipfeln, in der die Kontakte zur Befriedigung jeglicher Bedürfnisse genutzt werden. Gleichzeitig behält die App aber einen sehr unverbindlichen Charakter. Das Dating verläuft unverfänglich, ohne Pflichten und Zwänge. Es wird somit möglich mit anderen Personen in einen Austausch zu treten, ohne sich wirklich auf das Gegenüber einlassen zu müssen. Dazu können diese Bekanntschaften

jederzeit abgebrochen werden, ohne dass dies einer längeren Auseinandersetzung mit dem Gegenüber bedarf.

Dieser Prozess der Kontaktaufnahme, des Ausprobierens und des Kontaktabbruchs wird immer wieder von Neuem mit anderen Usern durchlaufen. Dabei befinden sich die Nutzer in einem Dauerübergang zwischen Single-Sein und Beziehung, indem sie jegliche Vorteile beider Seiten genießen können. Gleichzeitig findet aber keine wirkliche Weiterentwicklung statt, da sich die User auf Tinder jeglicher emotionaler Nähe und dem Risiko der Ablehnung entziehen können. Dadurch kann die App langfristig anstrengend und langweilig werden.

Die Nutzungsmotive und die Einstellung zum Beziehungsleben bestimmen dabei maßgeblich das Verwendungsverhalten mit. Personen die sich weder Kinder noch Familie wünschen, nutzen die App hauptsächlich auf Grund der einfachen sexuellen Kontakte. Sie verbleiben meist mehrere Jahre auf Tinder und probieren sich hier exzessiv aus. Das Motiv beeinflusst dabei das Verwendungsverhalten und geht mit der Sicht auf das Beziehungsleben einher.

User die nach Beendigung einer Beziehung ihr Single-Leben ausprobieren möchten, genießen auf Tinder die Aufmerksamkeit, Ablenkung und Nähe. Sie sehen die Nutzung als kurzfristigen Lebensabschnitt, da sie langfristig wieder eine Beziehung eingehen, heiraten und eine Familie gründen wollen. Diese User probieren sich zwar aus, bleiben dabei aber emotional distanziert. Dadurch kommen sie ihrem langfristigen Ziel einer Partnerschaft und Familiengründung nicht näher und geraten in einen inneren Konflikt. Ihr Verwendungsverhalten widerspricht ihrer Einstellung zum Beziehungsleben, was dazu führt, dass sie dieses entweder anpassen oder die App deinstallieren.

Nutzer, die sich einen Partner wünschen, verwenden Tinder gewissenhafter und seriöser. Sie wählen ihre Kontakte gezielt aus und suchen nach persönlicher Nähe. Diese User zielen auf eine langfristige Partnerschaft, Ehe und Kinder ab und hoffen auf Tinder ihr Glück zu finden. Dabei beeinflussen die Nutzungsmotive und die Einstellung zum Beziehungsleben ihr Verwendungsverhalten.

Zusammenfassend zeigt sich somit, dass die Nutzungsmotive das Verwendungsverhalten zwar kurzfristig bestimmen, die Sicht auf das Beziehungsleben aber langfristig einen größeren Einfluss besitzt.

Die Forschungsfrage dieser Arbeit kann somit final beantwortet werden.

6.1 Kritik und Limitation der Arbeit

Die Ergebnisse der Studie müssen einigen Einschränkungen unterworfen werden. Zum einen wurde die Studie nur mit Probanden aus dem Kölner Großraum durchgeführt. Tinder ist allerdings eine weltweit genutzte App, die je nach kulturellem Kontext, unterschiedliche Nutzungsmotive und Verwendungsverhalten vermuten lässt. Dementsprechend unterschiedlich sehen auch die Rollenbilder und gesellschaftlichen Normen bezüglich des Beziehungslebens aus. Die Ergebnisse der Studie können daher nur auf die westliche Kultur, insbesondere Deutschland bezogen werden.

Zum anderen kann die Untersuchungsumsetzung kritisiert werden. Eines der Interviews musste aus Gründen des Platz- und Zeitmangels außerhalb des Instituts in einem Café geführt werden. Zwar stellte sich die Probandin als sehr offen und selbstbewusst heraus und scheute daher nicht das Mithören anderer Gäste an dem Gespräch. Dennoch stellte sich nur mit Mühe eine seriöse Interviewatmosphäre ein, die immer wieder durch das Umfeld gestört wurde.

Dazu muss der selektiven Auswahl der Probanden im Rekrutierungsprozess Beachtung geschenkt werden. Die Stichprobe bestand aus Probanden, die über Tinder rekrutiert wurden, wie auch aus Personen aus dem Umfeld von Bekannten. Damit wurden mehrere Rekrutierungskanäle genutzt, durch die eine direkte private Nähe ausgeschlossen wurde. Gleichzeitig erhielten Tinder-Nutzer, die sich einem persönlichen Gespräch nicht stellen wollten, keine Möglichkeit, sich in diese Studie auf andere Weise einzubringen.

Zuletzt soll angemerkt werden, dass die Studie mit einer Stichprobengröße von zehn Probanden nur bedingt aussagekräftig ist und zu vermuten ist, dass gewisse Aspekte der psychologischen Repräsentativität nicht erfüllt werden konnten. Gleichzeitig ist zu erwähnen, dass diese Limitation durch den Rahmen der Arbeit bedingt ist.

6.2 Ausblick

In dieser Arbeit konnte eine Grundlage gelegt werden, die den Wirkungszusammenhang des Gegenstandes Tinder abbildet und ihn in den Kontext des heutigen westlichen Beziehungslebens setzt. Dennoch bleiben einige Fragen und Aspekte ungeklärt.

In zukünftigen Forschungsarbeiten könnten zum einen die Studienergebnisse dieser Arbeit durch quantitative Verfahren abgesichert bzw. angepasst werden. Des Weiteren könnten mit Hilfe eines offen gestalteten Online-Fragebogens weitere Aspekte zu den Motiven, dem Verwendungsverhalten und der Sicht zum Beziehungsleben gesammelt werden. Hierbei könnten auch die Tinder-Nutzer, die sich keinem persönlichen Gespräch stellen würden, ihre Ansichten einbringen. Damit wäre es möglich, neue, bisher unbekannte Aspekte in Erfahrung zu bringen.

Zum anderen wäre es möglich, den gesellschaftlichen und kulturellen Kontext, in dem Tinder genutzt wird, genauer zu untersuchen. In den Interviews wurden vereinzelt verschiedene Aspekte genannt, die mit den Nutzungsmotiven und dem Verwendungsverhalten in Verbindung stehen könnten. Dies waren der Drang zur ständigen Optimierung der eigenen Person, aber auch des Umfeldes, sowie der zunehmende Trend, sich in vielen Bereichen des Lebens Optionen offen halten zu wollen. Inwiefern diese Gesichtspunkte sich in der Tinder-Nutzung zuspitzen bzw. Tinder als Lösung dieser inneren Konflikte dient, könnte in zukünftigen Forschungsarbeiten untersucht werden.

Quellenverzeichnis

Aretz, W.; Gansen-Ammanna, D.; Mierkea, K. & Musiola, A. (2017). *Date me if you can: Ein systematischer Überblick über den aktuellen Forschungsstand von Online-Dating*. In: Zeitschrift für Sexualforschung, Vol. 30, Nr. 1, S.7-34.

Aronson, E.; Wilson, T. & Akert, R. (2008). *Sozialpsychologie*. 6. Auflage, Person Studium: München [u.a.].

Barber, N. (1995). *The evolutionary psychology of physical attractiveness: Sexual selection and Human Morphology*. In: Ethology and Sociobiology, Vol. 16, Nr. 5, S.395-424.

Baurmann, J. (27.06.2018). *Online-Dating: Mit Gottes Segen*. Verfügbar unter: <https://www.zeit.de/2018/27/online-dating-juden-christen-spark-networks> (19.09.2018).

Bardill Arn, S. (2011). *Welche Rolle spielt die Liebe? - Individuelle Liebesvorstellungen und Wandel der Geschlechterverhältnisse*. Verlag Rüegger: Glarus/Chur.

Becker, G. (1974). *A Theory of Marriage: Part II*. In: The Journal of Political Economy, Vol. 82, Nr. 2, S.11-26.

Becker, G.; Landes, E. & Michael, R. (1977). *An Economic Analysis of Marital Instability*. In: Journal of Political Economy, Vol. 85, Nr. 6, S.1141-1187.

Bilton, N. (29.10.2014). *Tinder, the Fast-Growing Dating App, Taps an Age-Old Truth*. Verfügbar unter: <https://www.nytimes.com/2014/10/30/fashion/tinder-the-fast-growing-dating-app-taps-an-age-old-truth.html> (12.10.2018).

Birkner, K. (2009). *Noch vor dem Erstkontakt: Selbstdarstellung von Frauen und Männern in online-Partnerbörsen*. In: Standpunkte und Sichtwechsel - Festschrift für

Bernd Müller-Jacquier zum 60. Geburtstag. Hrsg. von Bauer, G., Iudicium-Verlag: München, S.161-179.

Bles, P.; Frey, D. & Irle, M. (2002). *Die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan*. In: Theorien der Sozialpsychologie, Band 3, Motivations-, Selbst- und Informationsverarbeitungstheorien. Hrsg. von Frey, D. & Irle, M., Huber Verlag: Bern, S. 234-253.

Böhmer, M. & Melchers, C. (1986). *Produkt-Wirkungseinheit – der Werbewirkung alltagsnäher auf der Spur*. o.V., o. O.

Bosker, B. (04.09.2013). *Why Tinder Has Us Addicted: The Dating App Gives You Mind-Reading Powers*. Verfügbar unter: https://www.huffingtonpost.com/2013/04/09/tinder-dating-app_n_3044472.html?guccounter=1 (14.10.2018).

Buss, D. (2012). *Evolutionary Psychology: the new science of the mind*. 4. Edition, Pearson Allyn & Bacon: Boston.

Buss, D. & Barnes, M. (1986). *Preferences in human mate selection*. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 50, Nr. 3, S.559-570.

Buss, D. & Schmitt, D. (1993). *Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating*. In: *Psychological review*, Vol. 10, S.204-232.

Chappetta, K. & Barth, J. (2016). *How gender role stereotypes affect attraction in an online dating*. In: *Computers in Human Behavior*, Vol. 63, S.738-746.

David, G. & Cambre, C. (2016). *Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic*. In: *Social Media + Society*, Vol. 2, S.1-11.

Deci, E. & Ryan, R. (1993). *Die Selbstbestimmungstheorie der Motivation und ihre Bedeutung für die Pädagogik*. In: *Zeitschrift für Pädagogik*, Vol. 39, Nr. 2, S.223-238.

Deci, E. & Ryan, R. (2000). *The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior*. In: Psychological Inquiry, Vol. 11, Nr. 4, S.227-268.

Diecke, D. [SchoolOfAttraction]. (2018,16 November). *Tinder Hacks / How I got 14 Dates In 4 Hours (2018) [Youtube]*. Abgerufen von: <https://www.youtube.com/watch?v=5yGSyfaB9wc>

Dogtiev, A. (04.05.2018). *Tinder Revenue and Usage Statistics (2017)*. Verfügbar unter: <http://www.businessofapps.com/data/tinder-statistics/> (28.09.2018).

Domke, Dr. W. (2016-2018). rheingold Akademie Köln [Seminare].

Filter, F. & Magyar, L. (2017). *Dating in the 21st century: How important is authenticity for mobile dating apps?*. o.V., o. O.

Gale, E. [tindernightmares]. (2018, 19 November). *tindernightmares [Instagram]*. Abgerufen von: <https://www.instagram.com/tindernightmares/>

Gangestad, S. & Simpson, J. (2000). *The evolution of human mating: Trade-offs and strategic pluralism*. In: Behavioral and brain sciences, Vol. 23, S.573-644.

„Gesellschaft für psychologische Morphologie“ Homepage (20.11.2018). Verfügbar unter: <http://www.psychologischemorphologie.de/>.

Geser, H. (2007). *Online search for Offline Partners: matching platforms as tools of individual empowerment and social retraditionalization*. o.V., o. O.

GIPHY (2018). Verfügbar unter: <https://giphy.com/search/tinder/> (14.11.2018).

Grünewald, S. (1992). *Die geheime Logik des Marktes*. In: planung & analyse, Vol. 5.

Grünewald, S. (1998). *Psychologische Repräsentativität als Qualitätskriterium in der Marktforschung - Was ist psychologische Repräsentativität?*. In: *planung & analyse*, Vol. 2, S.22-25.

Grünewald, S. (2004). *Die Marke auf der Couch: Die morphologische Analyse von Markenpersönlichkeiten*. In: *Der Wert der Marke*. Hrsg. von Schimansky, A., Vahlen Verlag: München, S.562-583.

Griffin, M.; Canevello, A. & McAnulty, R. (2018). *Motives and Concerns Associated with Geosocial Networking App Usage: An Exploratory Study Among Heterosexual College Students in the United States*. In: *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 21, Nr. 4, S.268-275.

Guadagno, R.; Okdie, B. & Kruse, S. (2011). *Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation*. In: *Computers in Human Behavior*, Vol. 28, S.642-647.

Haring, S. & Höllinger, F. (2009). *Beziehungsweise(n) - Liebe und Partnerschaft im Wandel*. Hrsg. von Institut für Soziologie-Karl-Franzens-Universität Graz.

Hill, P.. & Kopp, J. (2008). *Liebe als Tauschmedium. Intimbeziehungen aus Sicht von Austauschtheorie und Rational-Choice-Ansatz*. In: *LiebesErklärungen - Intimbeziehungen aus soziologischer Perspektive*. Hrsg. von Niekrenz, Y. & Villányi, D., VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

Kahnemann, D. (2011). *Schnelles Denken, langsames Denken*. Siedler Verlag: München.

Katz, E. & Foulkes, D. (1962). *On the use of the mass media as 'escape' - Clarification of a concept*. In: *Public Opinion Quarterly*, Vol. 26, S.377-388.

Kaplan, R. (1978). *Is Beauty talent? Sex interaction in the attractiveness halo effect*. In: *Sex Roles*, Vol. 4, Nr. 2, S.195-204.

Keeley, M. (1977). *The Economics of Family Formation*. In: *Economic Inquiry*, Vol. 15, S.238-250.

Klößner, L. (28.03.2016). *"Frauen suchen den Alpha-Softie"*. Verfügbar unter: <https://www.zeit.de/2016/12/partnersuche-ansprueche-partnerboerse-elitepartner-lisa-fischbach/komplettansicht> (03.10.2018).

Klopp, E. (o. J.). *Theorien der Partnerwahl*. Verfügbar unter: <https://www.eric-klopp.de/texte/theorien-der-partnerwahl.php> (17.08.2018).

Kollmar, M.; Albrecht, J.; Lahousse, S. & Hadler, R. (2011). *Online-Dating: Eine Boom-Branche wird erwachsen - Ein intensiver Blick hinter die Kulissen der Branche und in die Zukunftsstrategien der großen Anbieter*. Hrsg. von online-partnersuche.de.

Krapp, A. & Ryan, R. (2002). *Selbstwirksamkeit und Lernmotivation. Eine kritische Betrachtung der Theorie von Bandura aus der Sicht der Selbstbestimmungstheorie und der pädagogisch-psychologischen Interessentheorie*. In: *Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen*. Hrsg. von Jerusalem, M. & Hopf, D., Beltz-Verlag: Weinheim, S.54-82.

Leo.org (2018). *Wörterbuch Englisch-Deutsch*. Verfügbar unter: <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/tinder> (04.11.2018).

Ligtenberg, L. (2015). *Tinder, the App That is Setting the Dating Scene on Fire: A Uses and Gratifications Perspective*. o.V., o. O.

Lo, S.; Hsieh, A. & Chiu, Y. (2013). *Contradictory deceptive behavior in online dating*. In: *Computers in Human Behavior*, Vol. 29, S.1755-1762.

Lopes, M. & Vogel, C. (2017). *Women's perspective on Using Tinder - A User Study of Gender Dynamics in a Mobile Device Application*. In: *Proceedings of SIGDOC Conference on Design of Communication*, Vol. 35, S.1-11.

Maletzke, G. (1998). *Kommunikationswissenschaft im Überblick - Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Westdeutscher Verlag: Opladen/Wiesbaden.

Mahne, K.; Wolff, J. & Simonson, J. (2017). *Altern im Wandel - Zwei Jahrzehnte Deutscher Alterssurvey (DEAS)*. Hrsg. von Tesch-Römer, C., Springer VS: Wiesbaden.

Mander, J. (12.08.2015). *Why Tinder Has a Lot of Positives to Shout About*. Verfügbar unter: <https://blog.globalwebindex.com/trends/why-tinder-has-a-lot-of-positives-to-shout-about/> (04.10.2018).

Matiaske, W. (1999). *Soziales Kapital in Organisationen - Eine tauschtheoretische Studie*. Hampp-Verlag: München.

McGrath, F. (24.04.2015). *What to Know About Tinder in 5 Charts*. Verfügbar unter: <https://blog.globalwebindex.com/trends/what-to-know-about-tinder/> (16.09.2018).

Melchers, C. (1993). *Morphologische Marktpsychologie – Eine neue Sicht auf Märkte und Verbraucher*. In: Wirklichkeit als Ereignis. Hrsg: Fitzek, H. & Schulte, A. o.V., o.O. S. 28-58.

Mortensen, D. (1988). *Matching: Finding a Partner of Life or Otherwise*. In: American Journal of Sociology, Vol. 94, S.215-240.

Nast, M. (15.02.2015). *Ich hatte zu viel Sex*. Verfügbar unter: <https://imgegenteil.de/blog/ich-hatte-zu-viel-sex/> (12.10.2018).

Nast, M. (2016). *Generation Beziehungsunfähig*. Edel Books: Hamburg.

Oppenheimer, V. (1988). *A Theory of Marriage Timing*. In: American Journal of Sociology, Vol. 94, Nr. 3, S.563-591.

„Parship“, Homepage (15.08.2018). Verfügbar unter: <https://www.parship.de/>.

Prieler, M. & Kohlbacher, F. (2017). *Face-ism from an International Perspective: Gendered Self-Presentation in Online Dating Sites Across Seven Countries*. In: Sex Roles - A Journal of Research, Vol. 77, S.604-614.

rheingold Institut (19.11.2015). *Putte oder Putin? Die rheingold Männerstudie*. Verfügbar unter: http://www.ip.de/lp/fourscreen_0615/putte_oder_putin_.cfm (04.10.2018).

Ryan, R.; Williams, G.; Patrick, H. & Deci, E. (2009). *Self-Determination-Theory and physical activity: the dynamics of motivation in development and wellness*. In: Hellenic Journal of Psychology, Vol. 6, Nr. 2, S.107-124.

Sander, D.; Panajotov, I. & Cremer, S. (2005). Partnersuche online. o.V.

Salber, D. (2009). *Wirklichkeit im Wandel – Einführung in die morphologische Psychologie*. Bouvier Verlag: Bonn.

Schmidt, G.; Matthiesen, S.; Dekker, A. & Starke, K. (2006). *Spätmoderne Beziehungswelten - Report über Partnerschaft und Sexualität in drei Generationen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

Schmitt, M. (1992). *Schönheit und Talent: Untersuchungen zum Verschwinden des Halo-Effekts*. In: Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie, Vol. 39, Nr. 3, S.475-492.

Schneider, N. (2013). *Familie - Zwischen traditioneller Institution und individuell gestalteter Lebensform*. In: Deutsche Verhältnisse - Eine Sozialkunde. Hrsg. von Hradil, S., Campus Verlag: Frankfurt/New York, S.94-120.

Schulte, A. (1998). *Das morphologische Tiefeninterview in der Markt-und Medienforschung - Gesprächsführung & Interviewtechnik*. In: o.V., o.O.

Schulz, F.; Skopek, J. & Blossfeld, H. (2010). *Partnerwahl als konsensuelle Entscheidung - Das Antwortverhalten bei Erstkontakten im Online-Dating*. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Vol. 62, S.485-514.

Sedgewick, J.; Flath, M. & Elias, L. (2017). *Presenting Your Best Self(ie): The Influence of Gender on Vertical Orientation of Selfies on Tinder*. In: Frontiers in Psychology, Vol. 8, Article 604, S.1-6.

Shao, G. (2009). *Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective*. In: Internet Research, Vol. 19, Nr. 1, S.7-25.

„Singlebörsen-Vergleich“, Homepage (19.09.2018). Verfügbar unter: <https://www.singleboersen-vergleich.de/>.

Six, U. (2007). *Kommunikationspsychologie - Medienpsychologie*. Beltz Verlag: Weinheim/Basel.

Skopek, J. (2012). *Partnerwahl im Internet: Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche*. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.

Smith, C. (01.09.2018). *50 Interesting tinder Statistics and Facts (September 2018) By the Numbers*. Verfügbar unter: <https://expandedramblings.com/index.php/tinder-statistics/> (16.10.2018).

Spiewack, M. (27.03.2016). *Was aus der Liebe wird*. Verfügbar unter: <https://www.zeit.de/2016/12/liebe-wandel-frauen-pragmatik-vermaechtnis-studie> (01.10.2018).

Statista (03.2018). *Umsatz von Dating-Börsen in Deutschland in den Jahren von 2003 bis 2017 (in Millionen Euro)*. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/76514/umfrage/umsatz-von-online-dating-boersen-in-deutschland/> (17.09.2018).

Stern (25.07.2015). Alpha Kevin disqualifiziert - merken an der Spitze. Verfügbar unter: <https://www.stern.de/familie/kinder/jugendwort-2015--die-top-30-bitten-zur-wahl-6356488.html> (17.09.2018).

Sundar, S. & Limperos, A. (2013). *Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media*. In: Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol. 57, S.504-525.

Sumter, S.; Vandenbosch, L. & Ligtenberg, L. (2016). *Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder*. In: Telematics and Informatics, Vol. 34, S.67-78.

Timmermans, E. & De Caluwé, E. (2017). *To Tinder or not to Tinder, that's the question: An individual differences perspective to Tinder use and motives*. In: Personality and Individual Differences, Vol. 110, S.74-79.

„Tinder“, Homepage (29.08.2018). Verfügbar unter: <https://tinder.com/app/login?lang=de>.

Toma, C. & Hancock, J. (2010). *Looks and Lies: The Role of Physical Attractiveness in Online Dating Self-Presentation and Deception*. In: Communication Research, Vol. 37, Nr. 3, S.335-351.

Tyson, G.; Perta, V.; Haddadi, H. & Seto, M. (2016). *A First Look at User Activity on Tinder*. In: Social Networks Analysis & Mining, S.461-466.

Thorndike, E. (1920). *A constant error in psychological ratings*. In: Journal of Applied Psychology, Vol. 4, S.469-477.

Ward, J. (2016). *Swiping, Matching, Chatting: Self-Presentation and Self-Disclosure on Mobile Dating Apps*. In: Human It, Vol. 13.2, S.81-95.

Ward, J. (2017). *What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app*. In: Information, Communication & Society, Vol. 20:11, S.1644-1659.

Wippermann, C. (2016a). *Männer-Perspektiven - Auf dem Weg zu mehr Gleichstellung?*. Hrsg. von Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Wippermann, C. (2016b). *Was junge Frauen wollen*. Hrsg. von Friedrich Ebert Stiftung.

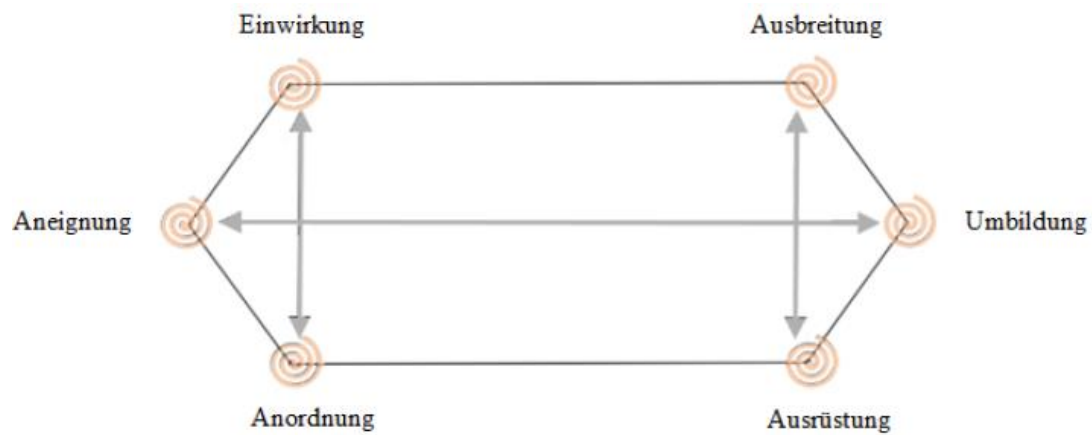
Zafirovski, M. (2001). *Exchange, Action and Social Structure: Elements of Economic Sociology*. Greenwood Press: Westport Connecticut/London.

Zahavi, A. (1975). *Mate Selection-A Selection for a Handicap*. In: Journal of Theoretical Biology, Vol. 53, S.205-214.

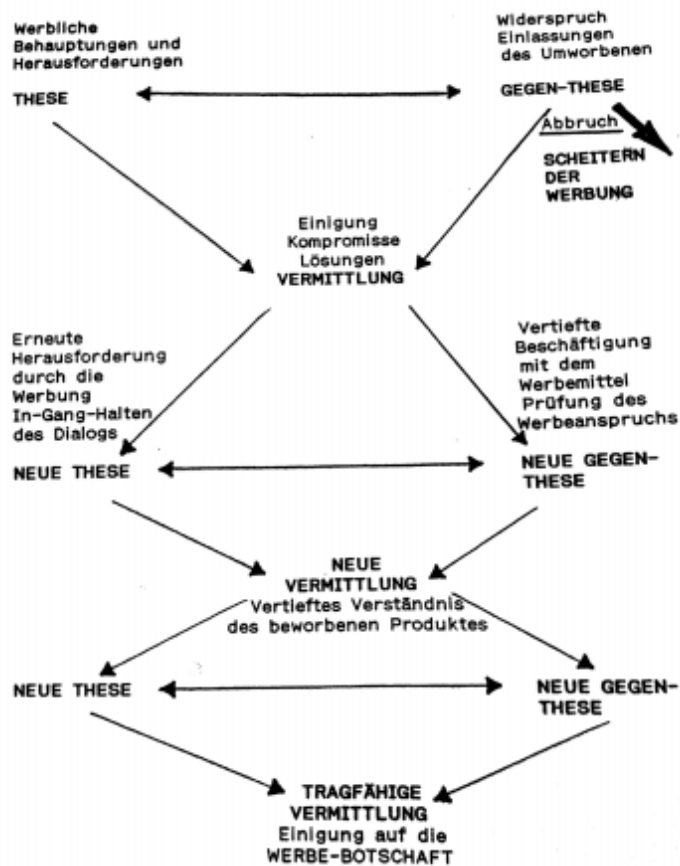
Ziems, D. (1996). *Thematische Frageperspektiven im Tiefeninterview*. o.V. o. O.

Zillmann, D.; Schmitz, A. & Blossfeld, H. (2011). *Lügner haben kurze Beine: zum Zusammenhang unwahrer Selbstdarstellung und partnerschaftlicher Chancen im Online-Dating*. In: Zeitschrift für Familienforschung, Vol. 23, Nr. 3, S.291-318.

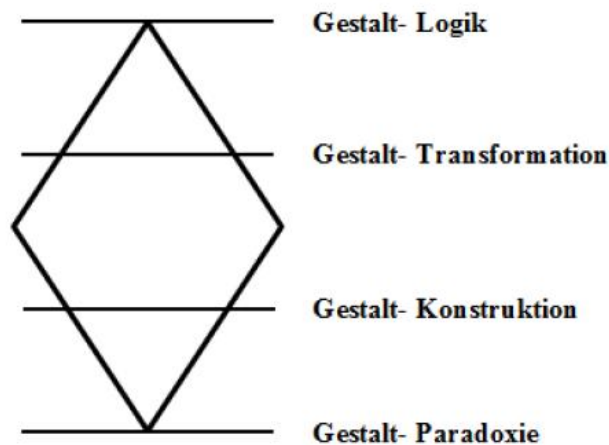
Anhang



Anhang 1: Das Sechseck nach Wilhelm Salber und die Polaritätenpaare Einwirkung-Anordnung, Ausbreitung-Ausrüstung und Aneignung-Umbildung



Anhang 2: Die Scherenstruktur als Dialogform zwischen Werbung und Beworbenen



Anhang 3: Das Vier-Versionen-Modell mit der 1.Version Gestalt-Logik, der 2. Version Gestalt-Transformation, der 3. Version Gestalt-Konstruktion und der 4. Version Gestalt-Paradoxie

Leitfaden Tinder

Eine empirische Analyse der Nutzungsmotive und des Verwendungsverhalten der App Tinder, in Wechselwirkung mit dem Beziehungsleben der User

Ziel der Studie:

- ➔ Tiefergreifendes Verständnis bzgl. der Wahrnehmung, Wirkung und Umgang mit Tinder
- ➔ Verständnis der Wechselwirkungen der Lebenswelten und Beziehungsformen der Nutzer und ehemaligen Nutzer
- ➔ Identifikation der Motive für die Tindernutzung
- ➔ Analyse der Zusammenhänge zwischen Motiven und der Selbstdarstellung/Wischverhalten

Methode:

10 psychologische Tiefeninterviews (5 Männer, 5 Frauen, davon 2 ehemalige Nutzer)

Interviewlänge von 120 Minuten

Thematischer Leitfaden

- | | |
|----------------|--|
| 1. Teil | Warm-up und Einstieg in Lebenssituation (20 Min.) |
| 2. Teil | Dating-Plattformen/Apps allgemein (15 Min.) |
| 3. Teil | Tinder (80 Min.) <ul style="list-style-type: none">• Allgemein• Nutzungsmotivation• Verwendungsverhalten• Wettbewerber |
| 4. Teil | Wrap-up (5 Min.) |

1. Teil: Warm-up (20 Min.)

- Alter
- Geschlecht
- Haushaltssituation und Familienstand
- Beruf
- Freizeit

Aktuelle Lebensphase, Vergangenheit, Zukunftspläne und Sicht auf die Gesellschaft:

- In welcher Lebensphase/Situation befindet man sich aktuell? Wie würde man seinen persönlichen Lebensstil beschreiben?
- Wie geht es einem damit? Was würde man gerne an ihr ändern? Was gefällt besonders gut?
- Wie steht man einer Beziehung gegenüber? Was wünscht man sich? Was möchte man hingegen nicht haben?
- Wie würde man seine vergangenen Jahre beschreiben? Wie ging es einem?
- Gab es herausstechende und prägende Ereignisse?
- Worüber denkt man noch häufig nach? Was lässt einen nicht los?
- Was für (Liebes-)Beziehungen hat man geführt? Wie würde man diese heute bewerten?
- Welche Ziele hat man in den vergangenen Jahren erreicht? Welche (noch) nicht?
- Wie weit schaut man in die Zukunft? Welche Vorstellungen hat man von ihr?
- Was für Ziele hat man für die nächsten Jahre? Was wünscht man sich?
- Wie sieht man sein Beziehungsleben in der Zukunft?
- Wovor hat man Angst? Wie sollte es unter keinen Umständen werden?
- Inwiefern spürt man diese Veränderungen im eigenen Leben? Was macht Angst, gibt Hoffnung?

- Was für gesellschaftliche Thematiken beschäftigen einen im täglichen Leben? Wie wirkt sich das aus?

2. Teil: Dating-Plattformen/Apps allgemein (15 Min.)

- Was fällt spontan zu dem Thema Dating-Plattformen/Apps ein?
- Welche Bilder, Assoziationen und Erfahrungen kommen dabei auf?
- Welche Plattformen/Apps kennt man?
- Welche Plattformen/Apps nutzt man und wie oft? Welche bewusst nicht?
Wie ist man bei der Auswahl vorgegangen?
- Wofür verwendet man die Plattform/App? Wie würde man seinen eigenen Nutzungsstil beschreiben?
- Wie waren die bisherigen Erfahrungen? Inwiefern hat sich die Einstellung zu Dating Plattformen/Apps über die Zeit verändert?
- Wann, wo und wie nutzt man sie? Welche Routinen gibt es? Wie haben diese sich über die Zeit verändert?
- Was gefällt einem an den ausgewählten Plattformen/Apps? Was gefällt nicht?
- Was hat man sich von der Dating-Plattform/App versprochen? Inwiefern wurde die Erwartung erfüllt? Hat man schon mal darüber nachgedacht die App zu löschen/sich von der Plattform abzumelden?
- Wie fühlt man sich, wenn man eine Dating-Plattform/App nutzt? Wie ist die Stimmung (Davor, währenddessen und danach)

- Welchen Stellenwert hat die Plattform/App im täglichen Leben? Wie wäre es ohne Plattform/App? Was würde fehlen oder neu dazukommen? Wie ginge es einem?

3. Teil: Tinder (80 Min.)

Allgemein (20 Min.)

- Was fällt einem zuerst zu Tinder ein? Welche Bilder, Assoziationen, Erfahrungen hat man im Kopf?
- Was für ein Bild hat man von der App? Wie würde man sie jemand anderen beschreiben? Inwiefern hat sie sich über die Zeit verändert?
- Was kann die App besonders gut? Was kann sie nicht so gut? Was ist das Einzigartige, Besondere an ihr?
- Für was für eine Lebensphilosophie steht Tinder? Was sind die Werte der App?
- Was für Erfahrungen hat man bisher mit Tinder gemacht?
- Welche Rolle spielt Tinder im eigenen Alltag? Wie ginge es einem, wenn es die App auf einmal nicht mehr geben würde? Was würde fehlen? Was würde es ermöglichen?
- Welche Auswirkung hat Tinder auf das eigene Selbstbild? Wie sieht man andere Tinder-Nutzer?
- Inwieweit hilft es einem in der eigenen Lebenssituation? Was trägt es bei?
- Zu welcher Lebenssituation/Alter passt die Verwendung? Zu welcher/m nicht?

- **Projektivfrage:** Wie würde man den typischen Tinder-User charakterisieren?
- **Projektivfrage:** Wie sähe ein Planet aus, auf dem alle Tinder verwenden würden? Wie sähe ein Planet ganz ohne Tinder aus?

Motiv der Nutzung (15 Min.)

- Woher kennt man Tinder? Wie ist man auf die App aufmerksam geworden?
- Was war der Auslöser, sich mit der App auseinanderzusetzen? Was waren die ersten Gedanken und Assoziationen? Was ging in einem vor?
- Wie war die eigene Lebenssituation? Was hat man sich zu dem Zeitpunkt gewünscht? Wo wollte man hin?
- Was gab den Impuls, die App schließlich herunterzuladen?
- Wie lange ist das mittlerweile her? Wie viel Zeit lag zwischen dem ersten Kennenlernen und der App-Installation?
- Welche Erwartungen, Hoffnungen, aber auch Ängste und Befürchtungen hatte man? Wie war die Stimmung?
- Welche Auswirkungen hatte dies auf den weiteren Verlauf?
- Wie ging es nach der Installation weiter? Wie war der erste Umgang?

Profilerstellung (20 Min.)

- Wie lief die Erstellung des Profils ab?
- Wie viel Zeit hat man aufgebracht, um das Profil zu erstellen?
- Was für Gedanken und Emotionen haben einen dabei begleitet? Welche Ängste oder Hoffnungen hatte man?

- Welche Einstellungen hat man bezüglich des Geschlechtes, Suchumkreis und Alter vorgenommen?
- Was hat einen zu genau diesen Einstellungen bewegt? Was erhofft man sich davon?
- Hat man sein Profil seit dem ersten Erstellen noch einmal verändert?

***Öffnen und Ansehen der Tinder-App:** Zeigen lassen des Profils (fällt weg bei ehemaligen Nutzern)*

Fotos:

- Was hat einen dazu motiviert genau diese Bilder/Anzahl von Bildern auszuwählen?
- Welche Art von Bild würde man hingegen niemals von sich bei Tinder einstellen?
- Was möchte man mit seinen Bildern ausdrücken? Wie möchte man gesehen werden? Wie möchte man hingegen nicht gesehen werden?
- Welche Art von Mensch möchte man mit den Bildern ansprechen? Welche hingegen möglichst nicht?
- Wie wichtig ist einem eine realistische Darstellung der eigenen Person? Inwiefern mogelt man? Wie fühlt sich das an?
- Was für Erwartungen und Hoffnungen sind mit der eigenen Darstellung auf Tinder verbunden? Was für Befürchtungen und Ängste löst es aus? Wie war die Stimmung bei der Auswahl/ Hochladen der Profilbilder?

Persönlicher Text:

- Was hat einen dazu motiviert genau diesen Text zu schreiben? Was hat einen dazu bewegt, genau diese Textlänge, Emojis zu wählen?
- Welche Art von Text würde man hingegen niemals einstellen?
- Was möchte man mit diesem Text über sich aussagen? Wie möchte man gesehen werden? Wie möchte man hingegen nicht gesehen werden?
- Welche Art von Mensch möchte man mit dem Text ansprechen? Welche hingegen möglichst nicht?
- Wie wichtig ist einem eine realistische Darstellung der eigenen Person? Inwiefern mogelt man? Wie fühlt sich das an?
- Was für Erwartungen und Hoffnungen sind mit dem Schreiben des Textes verbunden? Was für Befürchtungen und Ängste löste es aus? Wie war die Stimmung beim Formulieren des Textes? Wie war sie danach und jetzt?

Nutzungsverhalten (30 Min)

- Wie sieht die typische Nutzungssituation aus? Wie ist die Ausgangssituation? Was ist der Auslöser für die Nutzung? In welcher Situation befindet man sich?
- Was geht in einem vor? Was will man? Was gibt den Impuls die App zu öffnen?
- Welche Erwartungen oder Befürchtungen hat man? Wie ist die Stimmung dabei?
- Was macht man dann genau? Gibt es Routinen? Wie erlebt man das?
- Inwiefern hat sich das Verwendungsverhalten über die Zeit verändert? Was ist gleich geblieben?

- Gab es Zeiten, in denen man Tinder nicht mehr genutzt hat? Wann und wodurch hat sich das wieder verändert?

Wischen: Öffnen und Ansehen der Tinder-App

- Wie würde man das eigene Auswahlverhalten beschreiben? Was für ein Wisch-Typ ist man?
- Was geht beim Wischen in einem vor? Wie ist die Stimmung? Was für Erwartungen hat man? Was für Ängste gibt es?
- Was sind besonders wichtige Kriterien an dem anderen Tinder-Nutzer? Was ist hingegen unwichtiger?
- Wie geht man konkret vor? (*Öffnen des Profils, Lesen des Textes, Wichtigkeit von gemeinsamen Freunden oder Interessen*)
- Welche Informationen sind unnötig? Welche fehlen für ein komplettes Bild der Person?
- Was gibt den entscheidenden Impuls einen User nach rechts bzw. links zu wischen? Was geht in einem vor, wenn man „falsch“ gewischt hat?
- Wie ist das Gefühl, wenn man einen Super Like erhält?
- Wie verändert sich die Stimmung durch einen Match? Wie verändert sie sich bei einem ausbleibenden Match?

Kontaktaufnahme und Dating:

- Was passiert, nachdem man sich gematched hat? Wie geht man bei der Kontaktaufnahme konkret vor?

- Wonach wird entschieden, wen man anschreibt? Wer schreibt zuerst? Hat man hierbei eigene Regeln?
- Was erhofft man sich von dem Kontakt? Welche Ängste schwingen mit?
- Wie gestaltet sich das Kennenlernen genau? Wie verläuft das erste Gespräch?
- Wie entwickelt sich der weitere Kontakt? Wie fühlt man sich dabei?
- Wie verändert sich das Nutzungsverhalten währenddessen man jemanden über Tinder kennenlernt? Wie verändert sich die Wischtätigkeit? Wie der Kontakt mit anderen Usern?
- Wie geht es von diesem Punkt aus weiter?
- Wie entscheidet sich, ob man sich offline trifft?
- Wie ist das Gefühl vor dem Treffen? Was geht einem durch den Kopf? Was sind Erwartungen oder Befürchtungen?
- Wie sieht ein typisches Tinder-Date aus? Was sind die bisherigen Erfahrungen dazu?
- Was hatte man erwartet/befürchtet? Was ist wirklich eingetroffen?
- Wie fühlt man sich vor einem Date? Wie dabei und danach? Was geht in einem vor?
- Was für positive und negative Erfahrungen hat man bereits gemacht?
- Wie ging es nach dem ersten Treffen weiter?
- Was sind Gründe dafür, den Kontakt zu beenden? Wie genau läuft das ab? Was geht dabei in einem vor?

Wettbewerber von Tinder (5 Min.)

- Welche Wettbewerber fallen einem spontan ein?
- Inwiefern unterscheiden sie sich von Tinder? Was können sie besser oder schlechter?
- Wie ist das Gefühl statt Tinder den Wettbewerber X zu nutzen? Welche Barrieren oder Möglichkeiten bringt der Wechsel mit sich?

4. Teil: Wrap-up (5 Min.)

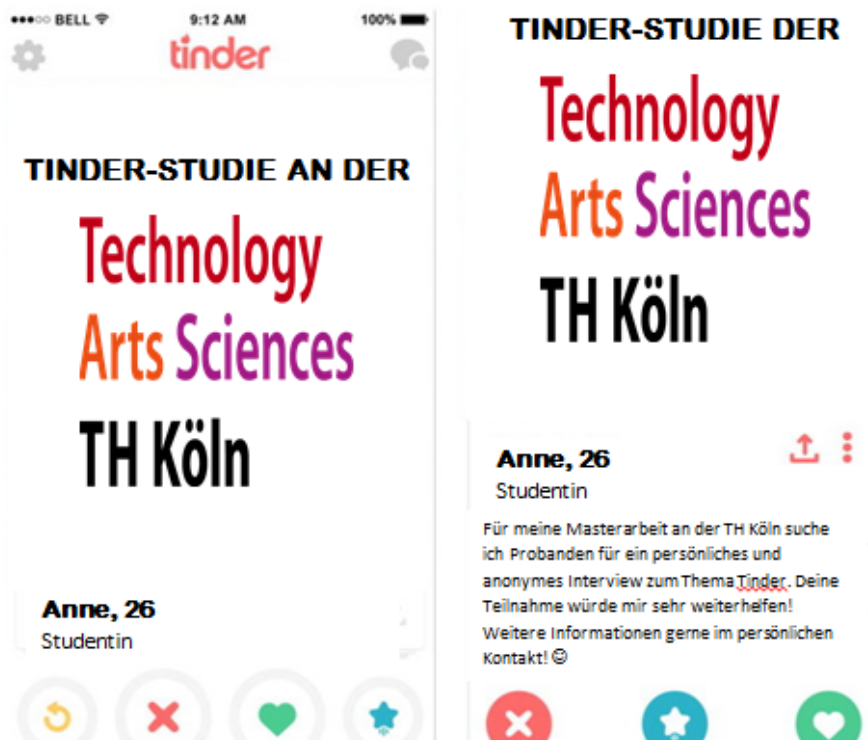
- Welches Fazit zieht man persönlich aus dem Gespräch? Was hat man Neues erfahren?
- Inwiefern hat sich das eigene Bild von Tinder verändert?
- Was wünscht man sich von Tinder? Was könnte verbessert werden?
- Was würde man Tinder gerne auf den Weg mitgeben?
- Gibt es noch etwas bisher Ungesagtes, das man gerne noch äußern möchte?

Anhang 4: Interview-Leitfaden zum Gegenstand Tinder

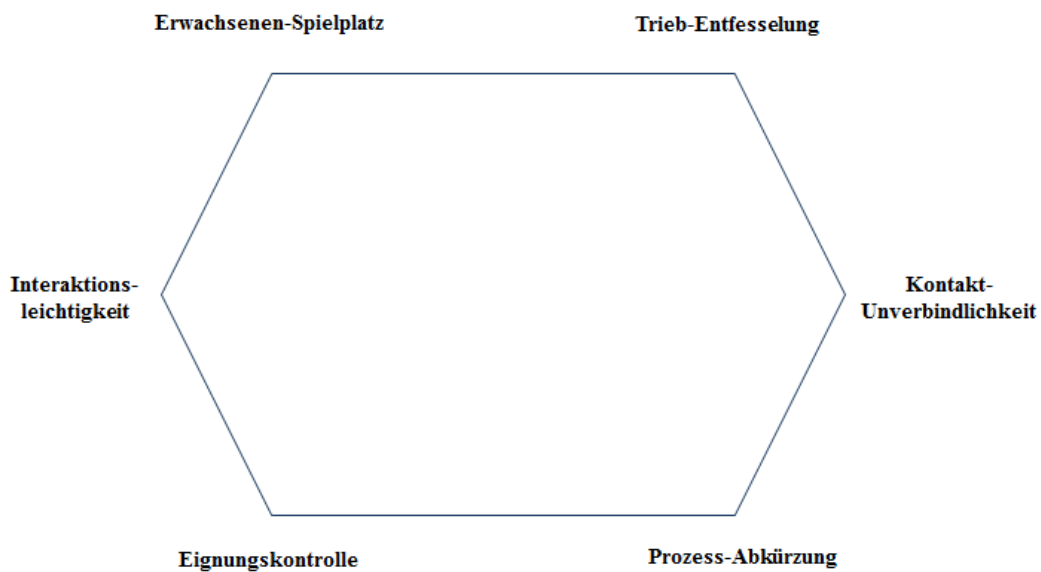
Liebe Tinder-Nettis! 😊
 Ja genau, richtig gehört! TINDER !!! Wir alle kennen sie, die Tinderellas und Personen mit Tinderitis, die ihr Paarungs-, Sozial- und Liebesleben auf die Onlinesphäre ausweiten.
 Um ein tiefergehendes Verständnis für diese neuartige Welt des Wischens zu erlangen, führe ich gemeinsam mit der TH Köln eine Studie zu dieser Thematik durch.
 Und hier kommt nun ihr ins Spiel! Denn ich suche nun euch, offene und redefreudige Tinder-Nettis!!!
 Bei einem persönlichen Gespräch möchte ich mehr zu eurer Sichtweise auf diese Thematik erfahren.
 Zu gewinnen gibt es natürlich auch noch etwas 😊
 Bei Interesse oder Rückfragen schickt mir gerne eine PN!
 Liebe Grüße
 Anne 😊



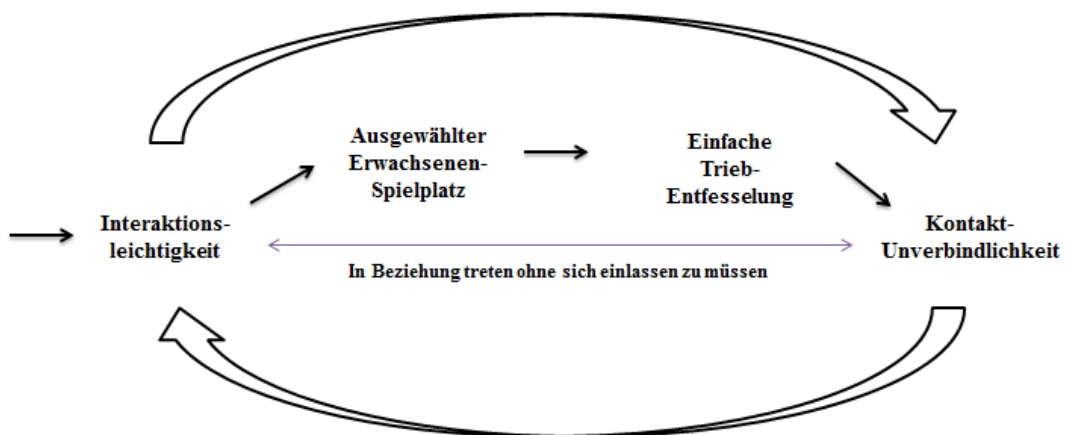
Anhang 5: Post in der Facebook-Gruppe NETT-WERK-KÖLN



Anhang 6: Tinder-Profil zur Rekrutierung von Probanden



Anhang 7: Das morphologische Sechs-Eck mit seinen gegenstandsspezifischen Benennungen



Anhang 8: Wirkungszusammenhang des Gegenstandes Tinder in einem Modell veranschaulicht. Nachdem über die „Interaktionsleichtigkeit“ der Einstieg in die App-Nutzung erfolgt, entwickelt sie sich über die Spannung „Eignungsfilter“ und „Erwachsenen-Spielplatz“, hier unter dem Begriff „Ausgewählter Erwachsenen-Spielplatz“ und steigert sich je nach Motiv über die Spannung der „Prozess-Abkürzung“ und „Trieb-Entfesselung“, hier unter dem Begriff „Einfache Trieb-Entfesselung“. Diese Entwicklung findet ihr Ende am Punkt der „Kontakt-Unverbindlichkeit“ und beginnt erneut mit anderen Nutzern am Zugangspunkt „Interaktionsleichtigkeit“.

Implizite Motive	Explizite Motive
Suche nach einem Partner	Unverbindlicher Sex
Ablenkung vom Expartner	Sexuelle Erfahrungen sammeln
Aufmerksamkeit	Personen für Unternehmungen finden
Sexuelle Orientierung herausfinden	Unterhaltung/Zeitvertreib
Emotionale Nähe spüren	Neugier
	Gruppendruck

Anhang 9: Auflistung der impliziten und expliziten Nutzungsmotive der App Tinder

Kurzprofil der Probanden

Interview 1

Alter: 26 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf: Studentin

Typ: Kontinuierlicher Abschöpfer

Tindernutzung: Installation seit Trennung vom Freund Mitte 2016

ca. 30-40 Dates bisher, mittlerweile fehlt der Überblick

viele One Night Stands ohne Interesse an einer Weiterführung des Kontaktes

Motiv: Möglichst viel Abwechslung/Ablenkung/Aufmerksamkeit, um die eigentlichen Probleme des Lebens zu vergessen

Einstellung Beziehungsleben: Angst vor Intimität, auf Grund schlechter Beziehung der Eltern miteinander, aber auch im Umgang mit ihr

Heiraten und Kinder bekommen ist aktuell undenkbar

Single-Dasein als akzeptable Notlösung für aktuelle Problematik

Interview 2

Alter: 21 Jahre

Geschlecht: männlich

Beruf: Student

Typ: Desillusionierter Suchender

Tindernutzung: Installation vor 1,5 Monaten

bisher zwei Frauen gedated, die ihm allerdings zu offensiv vorgingen

mittlerweile sehr desillusioniert und leicht frustriert über die Unverbindlichkeit

Motiv: Offizielle Nutzung nur zum Spaß, eigentlich besteht aber die Hoffnung, eine Freundin zu finden

Einstellung Beziehungsleben: war bisher noch nie in einer Beziehung und wünscht sich, eine feste Beziehung einzugehen

Möchte in ferner Zukunft heiraten und Kinder bekommen

Interview 3

Alter: 27 Jahre **Geschlecht:** männlich **Beruf:** Immobilienkaufmann

Typ: Desillusionierter Suchender

Tindernutzung: Installation vor 2,5 Jahren wegen der Trennung von damaliger Freundin

ca. 30 Treffen, davon einige sexuelle Kontakte und viele unverbindliche Kontakte
wünscht sich seit ca. ½ Jahr eine Freundin und wird zunehmend frustriert, auf Tinder keinen Erfolg damit zu haben

Motiv: Tinder ist eine gute Ablenkung, stellt eine Möglichkeit für sexuelle Erfahrungen dar, ist aber nicht der Ort um etwas Echtes zu finden

Einstellung Beziehungsleben: Möchte nach Single-Phase wieder in eine Beziehung, die Frau fürs Leben finden und Kinder bekommen

Singe-Sein kann Spaß machen, erfüllt aber mittlerweile nicht mehr

Interview 4

Alter: 22 Jahre **Geschlecht:** weiblich **Beruf:** Ausbildung
Physiotherapie

Typ: Erfolgreicher Aussteiger

Tindernutzung: ehemalige Nutzerin

Installation vor ca. ½ Jahr, mit etwa zweimonatiger Nutzung

Während dieser Zeit 4 Dates (3 Männer, 1 Frau)

Motiv: Tinder als Möglichkeit fremde Leute kennenzulernen und neue Sichtweisen auf die Welt zu bekommen, aber auch um sexuelle Orientierung herauszufinden und sich weiterzuentwickeln

Einstellung Beziehungsleben: die aktuelle Situation als Single fühlt sich gut an, eine monogame Beziehung ist nicht vorstellbar, sucht die Liebe im Innen statt im Außen

Kann sich nicht vorstellen zu heiraten, Kinder bekommen ist langfristig vorstellbar

Interview 5

Alter: 23 Jahre

Geschlecht: männlich

Beruf:

Versicherung

Typ: Kontinuierlicher Abschöpfer

Tindernutzung: Installation vor ca. 3 Jahren, wegen Gruppendruck auf Party

Bisher ca. 40 Dates, von denen nahezu alle ausschließlich Sexkontakte waren

Motiv: Tinder als einfache und schnelle Möglichkeit, um Menschen kennenzulernen und eignet sich besonders für unverbindliche, sexuelle Treffen

Einstellung Beziehungsleben: Beziehungen ergeben sich von alleine, als Single kann man auch sehr glücklich sein und sind daher kein Muss

Möchte weder heiraten noch Kinder bekommen

Interview 6

Alter: 20 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf: Studentin

Typ: Kontinuierliche Abschöpferin

Tindernutzung: Installation vor 10 Monaten wegen sexuellem Bedürfnis

Seither ca. 15 Dates, auch mit Pärchen

Motiv: Unkomplizierte Möglichkeit, um an unverbindlichen Sex zu kommen

Einstellung Beziehungsleben: hatte bisher noch keine Beziehung und glaubt nicht an die eine große Liebe oder daran, eine Beziehung aktiv finden zu können

Das Single-Leben gefällt ihr, sie genießt die Freiheiten und Möglichkeiten

Heiraten oder Kinderbekommen ist aktuell nicht vorstellbar

Interview 7

Alter: 35 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf: Lehrerin

Typ: Kontinuierlicher Abschöpfer

Tindernutzung: Installation vor ca. 3 Jahren, Nutzung von zwei weiteren Datingapps für körperliche und seelische Begegnungen neben ihrer offenen Ehe
Seither etwa 15-20 Dates, dadurch aktuell zwei Nebenbeziehungen (1x Mann, 1x Paar)

Motiv: Unverbindliches Kennenlernen von Mann und Frau für Spaß oder Nebenbeziehung

Einstellung Beziehungsleben: ist seit 7 Jahren in einer (offenen) Beziehung mit einem Mann, mit dem sie seit 1,5 Jahren verheiratet ist

Kinderbekommen oder eine monogame Ehe sind nicht vorstellbar

Interview 8

Alter: 19 Jahre

Geschlecht: weiblich

Beruf:

Ausbildung GTA

Typ: Zeitweiliger Auskoster

Tindernutzung: Installation vor ca. 1 Jahr wegen Trennung von Freund

bisher etwa 15 Dates, davon einige sexuelle Kontakte, aber auch viele Café-Treffen

Motiv: Tinder ist perfekt für jegliche Bedürfnisbefriedigung und witzige Geschichten

Einstellung Beziehungsleben: Möchte langfristig die perfekte Bilderbuchfamilie, mit Hochzeit, Kindern, Hund, Haus und Weihnachtsgrußkarte

Singe-Leben ist aktuell okay, stellt aber keine langfristige Option dar

Interview 9

Alter: 29 Jahre

Geschlecht: männlich

Beruf: Lehrer

Typ: Erfolgreicher Aussteiger

Tindernutzung: ehemaliger Nutzer

Installation 2014 nach Trennung von Freundin

Innerhalb der vierjährigen Nutzung 4 Dates, wobei sich das letzte Date zu einer Beziehung weiterentwickelt hat

Motiv: Tinder als Suchplattform für Beziehung, jedes Date könnte die Richtige sein

Einstellung Beziehungsleben: Erlebt sich als Beziehungstyp, die Zeit als Single wurde nicht als schön empfunden

Hochzeit und Kinder sind in Zukunft vorstellbar bzw. gewünscht

Interview 10

Alter: 48 Jahre

Geschlecht: männlich

Beruf:

Kommunikationsagentur

Typ: Zeitweiliger Auskoster

Tindernutzung: Installation vor ca. 10 Monaten nach Trennung von Freundin

Etwa 15 Dates, bei denen er sich sexuell ausleben konnte, aber auch lockere Freundschaften entstanden sind

Motiv: Die App stellt eine einfache Möglichkeit dar, um wieder aktiv zu daten und abends rauskommen bzw. Dinge nicht alleine unternehmen zu müssen

Einstellung Beziehungsleben: kommt aktuell aus einer 14 jährigen Beziehung

wünscht sich Kinder, Hochzeit ist vorstellbar aber kein Muss

Single-Phase ist auch schön, er möchte aber langfristig wieder eine Beziehung finden

Anhang 10: Steckbriefe der zehn Probanden der Untersuchungsstichprobe

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quelle gekennzeichnet. Dies gilt auch für Quellen aus eigenen Arbeiten.

Ich versichere, dass ich diese Arbeit oder nicht zitierte Teile daraus vorher nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht habe.

Mir ist bekannt, dass meine Arbeit zum Zwecke eines Plagiatsabgleichs mittels einer Plagiatserkennungssoftware auf ungekennzeichnete Übernahme von fremdem geistigem Eigentum überprüft werden kann.

Ort, Datum

pers. Unterschrift